



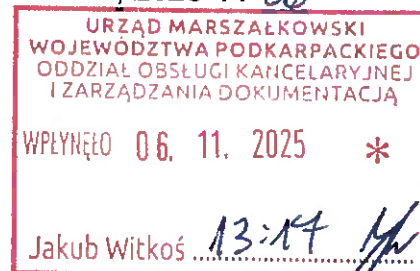
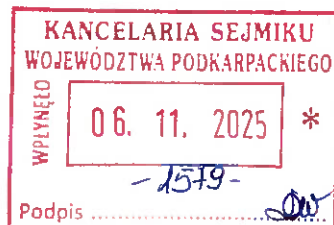
ZWROTNE POTWIERDZENIE ODBIORU

JK
07.11.25
[Signature]

MARSZAŁEK
WOJEWÓDZTWA PODKARPACKIEGO

NW-I.033.9.14.2025.JK

Rzeszów, 2025-11-06



Panowie

Radni Województwa Podkarpackiego

wg rozdzielnika

W związku z tym, że interpelacja Panów Radnych Województwa Podkarpackiego w sprawie dotyczącej działalności Spółki „Uzdrowisko Rymanów” S.A. zawiera pytania skierowane do Zarządu Spółki „Uzdrowisko Rymanów” S.A. oraz Zarządu Województwa Podkarpackiego, poniżej przedkładałem odpowiedzi na dwa pytania, zgodnie z właściwością Zarządu Województwa Podkarpackiego. Na pozostałe pytania odpowiedzi udzielił Zarząd Spółki „Uzdrowisko Rymanów” S.A. Przedmiotowe pismo przekazuję w załączeniu.

Odpowiadając na pytania zawarte w interpelacji z dnia 27 października 2025 roku uprzejmie informuję:

Ad. II Inwestycje i infrastruktura

(...) 2. Jakie inwestycje zostaną sfinansowane z planowanego zwiększenia kapitału zakładowego o 23,9 mln zł? (...) Kto będzie nadzorował wydatkowanie tych środków (...)?

Zgodnie z przepisem art. 382 §1 ustawy z dnia 15 września 2000 r. - Kodeks spółek handlowych (t.j. Dz. U. z 2024 r. poz. 18 ze zm.) rada nadzorcza sprawuje stały nadzór nad działalnością spółki we wszystkich dziedzinach jej działalności. Szczególnym obowiązkiem Rady Nadzorczej „Uzdrowiska Rymanów” S.A. będzie badanie osiągnięcia celów zarządczych postawionych Zarządowi Spółki przez Walne



Zgromadzenie Spółki, którego uprawnienia wykonuje Zarząd Województwa Podkarpackiego.

Podstawowym celem zarządczym będzie realizacja inwestycji w związku z którymi zaplanowano podwyższenie kapitału zakładowego Spółki.

Ad. II Inwestycje i infrastruktura

(...) 3. Zakład Produkcji Wód od dekad działa w budynku z lat 70, który według sprawozdania „wymaga termomodernizacji”. (..) Czy właściciel (Województwo Podkarpackie) przewiduje jakiekolwiek wsparcie finansowe w tym zakresie?

Województwo Podkarpackie nie przewiduje wsparcia finansowego inwestycji związanych z Zakładem Produkcji Wód.

Spółka od 2021 roku osiąga regularnie dodatnie wyniki finansowe, nie ma zobowiązań długoterminowych z tytułu kredytów i pożyczek oraz posiada wysoką płynność finansową.

MARSZAŁEK WOJEWÓDZTWA
Władysław Ortyl

W załączeniu:

Pismo Zarządu Spółki „Uzdrowisko Rymanów” S.A. zawierające odpowiedzi na pytania zawarte w interpelacji.

Otrzymują:

- 1) Dariusz Sobieraj,
- 2) Krzysztof Kłak,
- 3) Marek Ordyczyński,
- 4) Paweł Pazdan,
- 5) Krzysztof Ignaczak,
- 6) Jan Tarapata,
- 7) Wiktor Koba.



Uzdrowisko Rymanów S.A.
ul. Zdrojowa 48, 38-481 Rymanów-Zdrój

Zarząd: ☎ 13 43 57 401
Biuro Obsługi Kuracjusza: ☎ 13 43 57 461
Zakład Produkcji Wód: ☎ 13 43 57 428 ☎ 13 43 57 477



Rymanów-Zdrój, 06.11.2025 r.

D.051.7.2025

Szanowny Pan

Władysław Ortyl

Marszałek Województwa Podkarpackiego

W związku z pismem z dnia 31.10.2025 r., znak NW-I.033.9.14.2025.JK, Zarząd „Uzdrowisko Rymanów” S.A. w załączeniu przesyła odpowiedzi w zakresie swojej właściwości.

Z poważaniem

Podpis jest prawidłowy

Dokument podpisany przez Piotr Niemczyk
Data: 2025.11.06 10:17:22 CET

Podpis jest prawidłowy

Dokument podpisany przez Małgorzata Szoliga
Data: 2025.11.06 10:16:45 CET

Otrzymują:

Adresat

a/a

CELESTYNKA
Wody i napoje

RYMANÓW
Zdrój

RYMANÓW
Zdrój

Uzdrowisko
Rymanów
Podkarpackie Złote Wody

CELESTIN

e-mail: biuro@uzdrowisko-rymanow.com.pl | www.uzdrowisko-rymanow.com.pl | REGON 000872059 | NIP PL 6840000790
Sąd Rejonowy w Rzeszowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego Nr KRS 0000098424
Kapitał zakładowy 36 014 000 zł opłacony w całości

I. Strategia i innowacje

1. Jaka konkretną strategię innowacyjną realizuje obecnie „Uzdrowisko Rymanów” S.A.?

- **Jakie mierzalne efekty przyniosły dotychczasowe działania w zakresie nowych technologii i innowacji?**

W ramach przyjętej koncepcji rozwoju Spółka wdraża szereg strategii innowacyjnych. Wśród nich szczególne znaczenie ma strategia inkrementalnych innowacji, oparta na sukcesywnych remontach, adaptacjach i modernizacjach istniejących obiektów oraz przestrzeni użytkowych. Strategia ta, polegająca na ulepszaniu w ramach istniejących założeń poszczególnych elementów, produktów, procesów lub usług zakłada ewolucyjny charakter zmian – Spółka realizuje serię konsekwentnych, mierzalnych usprawnień, przynoszących wymierne efekty w krótkim i średnim okresie. Takie podejście pozwala na racjonalne wykorzystanie zasobów, zwiększenie efektywności operacyjnej oraz stopniowe podnoszenie standardu infrastruktury w sposób zauważalny dla klientów, partnerów i społeczności lokalnej. Realizację strategii inkrementalnej Spółka realizuje w dwóch płaszczyznach: technologicznej i infrastrukturalnej.

W ramach innowacji inkrementalnych na płaszczyźnie technologicznej zakupiono urządzenia robotyczne do celów rehabilitacyjnych:

1. Bieżnia antygrawitacyjna- R-FORCE – data zakupu: grudzień 2023 r.

Bieżnia antygrawitacyjna R-FORCE to unikalna technologia, która umożliwia precyzyjnie stopniowany trening chodu nawet ze 100% odciążeniem masy ciała, kontrolowany oprogramowaniem bieżni.

Przeznaczona jest dla osób po zabiegach chirurgicznych kończyn dolnych, w celu reedukacji nerwowo-mięśniowej u pacjentów neurologicznych, a także jest to doskonały trening.

Bieżnia z oryginalną, wbudowaną platformą PC, monitoruje i rejestruje długość kroku, prędkość kroku, zakres symetrii bioder, kolan i kostek. Bieżnia może automatycznie dopasowywać prędkość do prędkości z jaką porusza się pacjent. Urządzenie ma zastosowanie w leczeniu ortopedycznym: przywrócenie mobilności bioder, kolan, w rekonstrukcji więzadeł (bioder, kolan, kostek), w niestabilności i wiotkości więzadeł (bioder, kolan, kostek), w rehabilitacji ścięgien. Ma również zastosowanie w leczeniu neurologicznym: przywrócenie ogólnych zdolności motorycznych, przywróceniu zdolności motorycznych kończyn dolnych. Służy również kontroli zaburzeń kinestetycznych, hemiplegii, ataksji, udaru mózgu, stwardnienia rozsianego.

2. Zestaw do oceny i treningu izokinetycznego –HUMAC NORM – data zakupu: grudzień 2023 r.

Nowoczesny systemem diagnostyczny HUMAC NORM - podczas badania oceniane są pojedyncze zespoły mięśniowe aktywowane w warunkach pracy koncentrycznej (skręcania mięśnia), przy obciążeniu izokinetycznym (stałym) w warunkach klinicznych. W teście tym, obiektywnie można określić istniejące deficyty w sile eksplozywnej badanych grup mięśniowych. Mianem siły eksplozywnej określa się maksymalną wygenerowaną siłę, w jak najkrótszym czasie. Stanowi to fundament do bezpiecznego uprawiania sportu. Znaczny deficyt pomiędzy poszczególnymi grupami mięśniowymi może wskazywać na słabą kontrolę

nerwowo-mięśniową badanej kończyny. Stanowisko systemu HUMAC NORM połączone jest z komputerem, który służy do sterowania pracą maszyny, przetwarzania i gromadzenia danych pomiarowych.

W zestawie przystawki do ćwiczeń tj. jak przystawki do treningu w zamkniętych łańcuchach kinematycznych (CKC) oraz przystawki do symulacji pracy.

3. Platforma balansowa PROKIN 252 – data zakupu: grudzień 2023 r.

To najbardziej zaawansowane urządzenie do oceny proprioceptywno-stabilometrycznej. Technologia zastosowana w PROKIN 252 zawiera system mechaniczny oraz elektroniczną kontrolę stabilności na 50 poziomach, połączonych z oprogramowaniem w celu pełnej integracji i maksymalnej kontroli ruchów. Dzięki takiemu połączeniu ocena równowagi, koordynacji oraz czucia głębokiego pacjentów w zakresie ortopedii, neurologii, podczas rekonwalescencji lub jako forma profilaktyki, nie była dotąd dokładniejsza i skuteczniejsza.

4. ARTROMOT - Szyna CPM do ćwiczeń biernych stawu kolanowego i biodrowego – data zakupu: grudzień 2023 r.

Zmotoryzowana szyna ruchowa przeznaczona do ciągłej, biernej mobilizacji stawu kolanowego i biodrowego. Szyna pozwala osiągnąć fizjologiczny zakres ruchomości zgodny ze zginaniem i prostowaniem. Posiada anatomiczne ustawienie: wyklucza przesunięcie punktu obrotowego stawu pacjenta przy wzrastającym zgięciu kolana. Może być stosowana na lewej i prawej kończynie dolnej, bez konieczności przebudowy. Prosta obsługa urządzenia przy pomocy pilota z dużym wyświetlaczem z ikonami oraz intuicyjnym menu.

5. KINETEC CENTURA 2 MOTORS - Szyna CPM do ćwiczeń stawu barkowego – data zakupu: grudzień 2023 r.

Szyna do ćwiczeń biernych stawu barkowego z zakresem ruchu odwiedzenie-przywiedzenie, odwiedzenie/przywiedzenie z zsynchronizowaną rotacją, zewnętrzną/wewnętrzną rotacją barku, zgięcie/wyprost barku.

Urządzenie pozwala na wykonywanie ruchów:

- a) odwiedzenia / przywodzenia ze stałą rotacją 20° - 160°
- b) odwiedzenia / przywodzenia zsynchronizowanego z rotacją przywodzenia 20° / Odwiedzenia 160° rotacji wewnętrznej 30° / rotacji zewnętrznej 90°
- c) rotacji ze stałym odwiedzeniem / przywodzeniem 60° wewnętrzną - 90° zewnętrzną
- d) zgięcie / wyprost: 20° - 180°
- e) odwodzenia horyzontalnego od -30° do 110°. Wykorzystywane w pooperacyjnym leczeniu. Zapobiega usztywnieniu stawów, przykurczom i zanikom tkanki.

Zalety urządzenia:

- wizualizacja mechanizmu biologicznego sprzężenia zwrotnego (biofeedback)
- stopniowa zmiana protokołów w celu osiągnięcia maksimum korzyści
- do ćwiczeń izolowanych lub synchronicznych

6. Szyna CPM do pasywnej mobilizacji ręki i nadgarstka MAESTRA – data zakupu:
grudzień 2023 r.

MAESTRA to szyna do pasywnej mobilizacji ręki i nadgarstka, pozwalająca na terapię przedramienia, nadgarstka, kciuka i palców

Zastosowanie szyny tego typu przynosi następujące korzyści:

- Nowy zakres ruchu CPM, przeciwstawność kciuka, wzrost wszechstronności urządzenia;
- Pilot, który działa podobnie jak w szynie CPM stawu kolanowego, pozwala na zaprogramowanie każdego ruchu, zapewniając zwiększenie bezpieczeństwa i dostosowanie programu do schorzenia pacjenta;
- Dwuosiowość ułatwia zmianę na prawą i lewą stronę;
- Pozwala na równoczesny ruch trzech paliczków, odpowiadający fizjologicznemu spiralnemu zgięciu oraz umożliwia zaciśnięcie pięści;
- Wszechstronność i efektywność; przystosowanie dla palców, kciuka i nadgarstka (zarówno prawej jak i lewej dłoni, od osoby najmniejszej do największej);
- Przełamanie cyklu: uraz – zapalenie – utrata ruchomości
- Zapobieganie sztywnieniu stawów
- Przyspieszenie odzyskania zakresu ruchomości po operacji
- Utrzymanie dobrego stanu powierzchni stawów
- Zredukowanie bólu i obrzęków
- Wsparcie w regeneracji chrząstki stawowej
- Skrócenie czasu hospitalizacji
- Ograniczenie zapotrzebowania na leki przeciwbólowe
- Zapewnienie pasywnej mobilizacji kończyny po operacji
- Pozytywny wpływ na psychikę pacjenta dzięki możliwości odczytu danych świadczących o postępach w leczeniu

Zapewnienie utrzymania pożądanego położenia mięśni (relaksacja i rozciąganie).

Dzięki nowym urządzeniom robotycznym udało się wprowadzić do bazy zabiegowej nowe rodzaje zabiegów rehabilitacyjnych:

1. Reedukacja chodu na bieżni grawitacyjnej
2. Ćwiczenia bierne wykonywane mechanicznie KOLANO
3. Ćwiczenia bierne wykonywane mechanicznie -NADGARSTEK
4. Ćwiczenia bierne wykonywane mechanicznie -BARK
5. Ćwiczenia izokinetyczne -Humac Norm
6. Ćwiczenia równoważne- platforma balansowa

W ramach innowacji inkrementalnych infrastrukturalnych wykonano w ostatnich latach szereg prac adaptacyjno remontowych np.:

1. Remont drogi dojazdowej Szpitala i Sanatorium Uzdrowskiego „Zimowit” wraz z przebudową i rozbudową oświetlenia ulicznego.
2. Remont placów parkingowych i utwardzenie placu manewrowego przy budynku Szpitala i Sanatorium Uzdrowskiego „Zimowit”.

3. Modernizacja instalacji ciepła technologicznego obsługującego kuchnię w budynku Sanatorium „Anna”.
4. Malowanie elewacji budynku Podkarpackiego Centrum Rehabilitacji Kariologicznej „Polonia” wraz z zaprojektowaniem i instalacją, dołożenie nowych podświetlanych kasetonów.
5. Remont istniejących balkonów w tym wymiana poszycia baszty Sanatorium „Świtezianka”
6. Termomodernizacja budynku przepompowni.
7. Wykonanie nowych instalacji p.poż wraz z wprowadzeniem systemu sygnalizacji pożaru w budynku Szpitala i Sanatorium Uzdrowskiego „Zimowit”
8. Odnowienie istniejącej drewnianej elewacji budynku Pijalni Wód Mineralnych wraz z malowaniem dachu.
9. Termomodernizacja budynku magazynu.

W przedmiotowym zakresie inkrementalnych innowacji dla Zakładu Produkcji Wód zrealizowano:

1. Wymiana floty przestarzałych wózków widłowych poprzez zakup nowych bardziej wydajnych i mniej energochłonnych.
2. Wymiana wszystkich ręcznych wózków paletowych na nowe elektryczne poprawiając tym samym komfort pracy osób zatrudnionych przy załadunku i rozładunku towarów.
3. W grudniu 2024 r. wykonanie przyłącza gazowego ze stacji redukcyjnej do budynku Archiwum w kontekście planowanej inwestycji związanej z wymianą kotłów węglowych na gazowe w ZPW.
4. W grudniu 2024 wykonanie nowego ogrodzenia działki, na której są zlokalizowane studnie D-2A i D-3A.

W przedmiotowym zakresie inkrementalnych innowacji dla Uzdrowskiego Zakładu Górniczego zrealizowano między innymi:

1. W październiku 2023 r. wykonano oraz podłączono studnię głębinową nr 2A w ujęciu „Pod Kamieniołomem” w miejsce uszkodzonej nr 2. Studnia ta o większej wydajności pozwala zapewnić bezpieczeństwo dostaw wody do celów gospodarczych dla obiektów Spółki i okolicznych mieszkańców.
2. W 2024 r. rozpoczęto prace geologiczne mające na celu sprawdzenie przyczyny zaniku wypływu wody z odwiertu RZ-2 oraz ponowne uruchomienie źródła czerpalnego „Naftusia” zasilanego wodą z ww. odwiertu. Ze względu na złożoność tematu prace będą kontynuowane w 2026 r.
3. W 2025 r uruchomiono system monitoringu i opomiarowania zbiorników oraz ujęć wód do celów gospodarczych.
4. W 2024 r, ze względu na pogłębiającą się suszę hydrologiczną, rozpoczęto prace nad zwiększeniem możliwości eksploatacji głównego uzdrowskiego ujęcia wody „Pod Kamieniołomem” mając na uwadze drastyczne zmniejszenie wydajności ujęć powierzchniowych. Prace ze względu na wysokie wymagania proceduralne związane m. in. ze strefami ochronnymi oraz obszarami chronionymi kontynuowane będą w 2026 roku.
5. W 2025 r. wykonano podłączenie wodociągowe zbiornika „Nad Teresą” z Zakładem Produkcji Wód mające na celu zapewnienie alternatywnego kierunku zaopatrzenia obiektów Spółki w przypadku awarii ujęcia głównego „Pod Kamieniołomem”. W przyszłości połączenie to pozwoli na optymalizację dostaw wody do obiektów i okolicznych mieszkańców oraz odciążyć ujęcie „Pod Kamieniołomem”.
6. Mając na uwadze zagrożenie związane z wojną w Ukrainie podjęto działania w celu zabezpieczenia zbiorników i ujęć wód instalując monitoring wizyjny i inne zabezpieczenia

przed dostępem osób niepowołanych. Powyższe ma na celu jak najszybszą reakcję na ewentualne akty sabotażu czy inne działania wymierzone w infrastrukturę wodociągową, która traktowana jest jako krytyczna.

7. W 2025 prowadzono poszukiwania zasobów wody podziemnej w innych lokalizacjach niż posiadane (wykonano cztery profile geologiczne metodą bezinwazyjną ERT); w 2026 planowane są dalsze poszukiwania poprzedzone pozyskiwaniem informacji geologicznej dotyczącej perspektywicznych lokalizacji.

8. W październiku 2025 r. przystąpiono do gruntownej renowacji zewnętrznej instalacji hydratuowej przeznaczonej do celów ppoż. przy wszystkich obiektach.

9. W 2025 r. rozpoczęto wymianę najstarszych odcinków wodociągów wody gospodarczej (miedzy innymi do budynków „Opatrzność”, „Gołąbek”), w kolejnych latach planowana jest kontynuacja poczynając od tych w najgorszym stanie. Wodociągi wybudowane były w latach 60 – 80 XX wieku i wymagają sukcesywnej modernizacji.

Równolegle Spółka realizuje strategię marketingową, ukierunkowaną na utrwalenie pozytywnego wizerunku marki. Działania w tym obszarze obejmują aktywne zarządzanie komunikacją w mediach społecznościowych, kampanie reklamowe i promocyjne, sponsoring wydarzeń sportowych oraz inicjatywy wizerunkowe i public relations. Celem strategii jest kształtowanie pozytywnego, nowoczesnego i wiarygodnego wizerunku Spółki, a także wzmocnienie jej społecznej wiarygodności poprzez obecność w lokalnym życiu społecznym, wspieranie inicjatyw kulturalnych i sportowych oraz budowanie partnerskich relacji z mediami i interesariuszami.

Kolejnym elementem rozwoju jest produktowa strategia ofensywna, której celem jest wyprzedzenie konkurencji poprzez wdrażanie nowatorskich rozwiązań produktowych i promocyjnych. Przykładem tego podejścia jest linia kosmetyków Celestin, stanowiąca dodatkowy kierunek działalności Spółki w obszarze produktów oferowanych. W ramach działań promocyjnych marka wykorzystuje wizerunek finalistki konkursu Miss Polski, co pozwala na zwiększenie rozpoznawalności, podkreślenie prestiżowego charakteru oferty oraz wzmocnienie skojarzeń z elegancją, naturą i jakością. Strategia ofensywna stanowi tym samym wyraz ambicji Spółki w zakresie kreowania trendów i budowania silnej, wyróżniającej się marki, zdolnej konkurować z największymi podmiotami w branży.

Dodatkowe działania podjęte zgodnie z założeniami produktowej strategii ofensywnej:

1. Zmiana etykiet kosmetyków serii Celestin Argan & Ziola na etykiety PREMIUM ze złotymi zdobieniami co przyczyniło się do wyróżnienia całej serii kosmetyków na tle konkurencji.
2. Wprowadzenie nowej szaty graficznej dla opakowań zbiorczych kosmetyków tzw. opakowań prezentowych tym samym podnosząc atrakcyjność oferowanych produktów.
3. Wprowadzenie nowej butelki szklanej 0,33l typu twist-off. Zakup w maju 2023 r. 1 miliona butelek oraz skrzynek z logo.
4. Wprowadzenie w sierpniu 2023 r. nowego wyrobu w postaci niegazowanej wody Rymanów Zdrój w butelkach szklanych 0,33l typu twist-off.
5. Opracowanie nowych receptur na napoje z zawartością 20 % soku owocowego i wprowadzenie ich do sprzedaży co przyczyniło się do zmniejszenia kosztów związanych z tzw. opłatą cukrową.
6. Opracowanie i wdrożenie nowych etykiet na napoje z sokiem.
7. Wprowadzenie w listopadzie 2023 r. do sprzedaży nowych produktów tj. napojów z zawartością 20 % soku owocowego w nowych butelkach szklanych typu twist-off.

8. Opracowanie nowej etykiety na wodę Rymanów Zdrój w butelkach PET 1,5 l „Z Myślą o tobie i twoim dziecku”.
9. Wprowadzenie początkiem 2023 r. nowego produktu w postaci Naturalnej Wody Mineralnej Podkarpacka w butelkach typu twist-off 0,33 l gazowana i niegazowana oraz lekko gazowana.
10. W lutym 2024 r. podjęto współpracę z firmą GOMAR z Pińczowa i wspólnymi siłami odtworzyliśmy produkcję zapomnianego napoju KASKADA którego wyłącznym dystrybutorem jest firma GOMAR. Napój cieszy się dużym zainteresowaniem.
11. Wprowadzenie w marcu 2025 r nowego produktu w postaci Naturalnej Wody Mineralnej Podkarpacka w butelkach typu PET 1,5 l – gazowana i niegazowana.
12. Zakup w sierpniu 2025 r. 1 miliona butelek oraz skrzynek z logo.
13. W trakcie realizacji - Opracowanie receptury na napoje typu COLA bez kofeiny.
14. W trakcie realizacji - Projektowanie nowego wyrobu w postaci wody Rymanów Zdrój w butelkach PREMIUM 0,7 l. Przystosowanie linii produkcyjnej do nowej butelki, opracowanie procesu produkcyjnego nowego wyrobu, opracowanie projektu etykiety, wdrożenie planowane jest na miesiąc listopad/ grudzień 2025 r.

- **W jaki sposób Spółka zamierza nadrobić ewidentne zapóźnienie wobec innych uzdrowisk, takich jak Busko-Zdrój, Nałęczów czy Polanica-Zdrój a lokalnie czym zamierza się wyróżnić na tle konkurencji bliższej takiej jak Iwonicz czy Polańczyk?**

Nieprawdą jest, że Spółka charakteryzuje się „ewidentnym zapóźnieniem wobec innych uzdrowisk, takich jak Busko-Zdrój, Nałęczów, czy Polanica-Zdrój”. Trudno zrozumieć na czym miałyby polegać te zapóźnienia i na jakiej podstawie został wysunięty taki zarzut. Dlatego też nie da się odpowiedzieć na to pytanie, gdyż teza w nim zawarta jest nieprawdziwa. Poza tym Busko-Zdrój, Nałęczów, czy Polanica-Zdrój to miejscowości uzdrowiskowe, a nie podmioty, dlatego trudno porównywać Spółkę z miejscowością. Każde z wymienionych uzdrowisk różni się od siebie w sposób zasadniczy. Położone są one w różnych rejonach Polski, posiadają inne właściwości klimatyczne oraz zasoby surowców naturalnych – są to kryteria, na podstawie których Minister Zdrowia nadaje kierunki lecznicze danej miejscowości uzdrowiskowej. Uzdrowiska posiadają najczęściej kilka kierunków leczniczych, z których pewne są „dominujące”. Na przykład Rymanów – Zdrój ze względu na unikalne walory klimatyczne i właściwości wód leczniczych specjalizuje się głównie w leczeniu schorzeń dróg oddechowych i układu krążenia, przyjmując oczywiście również pacjentów z innymi chorobami, szczególnie ze schorzeniami narządu ruchu, po otwarciu stacjonarnego oddziału rehabilitacji ogólnoustrojowej. W skrajnie innej sytuacji jest Nałęczów, który jest uzdrowiskiem jednoprofilowym (posiada tylko jeden kierunek nadany przez Ministra Zdrowia – choroby kardiologiczne i nadciśnienie). Spółka udziela świadczenia uzdrowiskowe na najwyższym poziomie. Klimat i wody lecznicze, to jest to czym natura obdarzyła Rymanów-Zdrój, i z tego w pełni korzystamy. Pozostałe elementy, na które Zarząd Spółki ma wpływ, takie jak wyposażenie bazy zabiegowo-leczniczej, baza hotelowa są stale udoskonalane. Spółka zatrudnia również wysoko wykwalifikowaną kadrę medyczną.

Podmioty lecznicze Iwonicza-Zdroju i Polańczyka nie stanowią dla „Uzdrowisko Rymanów” S.A. konkurencji takiej, która wymagałaby ze strony Zarządu Spółki intensywnych dodatkowych działań. Już w tej chwili Spółka wyróżnia się na ich tle ofertami leczniczymi, które mogą być realizowane tylko w Uzdrowisku Rymanów S.A.

2. Jakie działania podjęto, by przeciwdziałać rosnącej marginalizacji Spółki i jej ograniczonej atrakcyjności komercyjnej?

- **Czy Zarząd w ogóle analizuje przyczyny braku zainteresowania usługami komercyjnymi i prywatnymi, jeśli tak to jakie wnioski płyną ze wskazanych analiz?**

Nieprawdziwą jest teza o rosnącej marginalizacji Spółki. Zarząd Spółki, która świadczy usługi uzdrowiskowe i rekreacyjno-noclegowe w regionie Beskidu Niskiego prowadzi regularną analizę poziomu zainteresowania ofertą komercyjną i prywatną. Celem tych działań jest zrozumienie przyczyn sezonowego niższego popytu oraz opracowanie skutecznych działań zwiększających atrakcyjność usług Spółki. Analizy mają charakter zarówno ilościowy (sprzedaż, obłożenie, rezerwacje), jak i jakościowy (opinie klientów).

Badania i raporty dotyczące turystyki w regionie Beskidu Niskiego wskazują jednoznacznie, że ruch turystyczny w tym obszarze ma silnie sezonowy charakter.

Według danych Głównego Urzędu Statystycznego i opracowań „Turystyka w województwie podkarpackim” (m.in. za lata 2018–2023), region Beskidu Niskiego należy do obszarów, w których sezonowość jest szczególnie wyraźna – liczba turystów w miesiącach letnich bywa czterokrotnie wyższa niż zimą.

W raporcie „Turystyka w województwie podkarpackim w 2019 r.” (Rzeszów, GUS) podkreślono, że: „Regiony południowe, w tym Beskid Niski i Bieszczady, charakteryzują się silniejszą sezonowością ruchu turystycznego niż średnia wojewódzka, a natężenie ruchu w sezonie letnim znacznie przewyższa okres zimowy.”

Z kolei badania prowadzone przez Urząd Statystyczny w Rzeszowie wskazują na istotny trend wzrostowy w zakresie turystyki jednodniowej, czyli krótkich wizyt bez noclegu. Coraz więcej turystów odwiedza uzdrowiska i miejscowości turystyczne Beskidu Niskiego w celach rekreacyjnych, krajoznawczych lub zdrowotnych, lecz bez korzystania z bazy noclegowej.

Tendencja ta jest szczególnie widoczna wśród mieszkańców dużych miast regionu (Rzeszów, Tarnów, Krosno), którzy przyjeżdżają do ośrodków uzdrowiskowych jedynie na jednodniowe zabiegi, spacerowanie czy wydarzenia kulturalne.

Wynika z tego, że choć ogólny ruch turystyczny rośnie, nie przekłada się on proporcjonalnie na liczbę rezerwacji noclegowych.

W celu lepszego zrozumienia przyczyn niższego poziomu pobyków komercyjnych w „Uzdrowisko Rymanów” S.A. poza sezonem przeprowadzono analizę danych dotyczących liczby osobodni zrealizowanych w 2024 roku. Na wykresie przedstawiono zestawienie liczby pobyków komercyjnych w osobodniach w poszczególnych miesiącach roku, co umożliwiło identyfikację okresów o najwyższym i najniższym obłożeniu. Dane te obrazują wyraźną sezonowość ruchu turystycznego, typową dla uzdrowisk w regionie Bieszczadów i Beskidów – największe zainteresowanie pobytami komercyjnymi obserwuje się w miesiącach letnich (maj–październik), natomiast w okresie jesienno-zimowym następuje wyraźny spadek liczby rezerwacji.

Sezonowość pobyków komercyjnych w Uzdrowisku Rymanów S.A. w 2024 roku (w osobodniach).



W przypadku działalności uzdrowiskowej obserwowane również silne przywiązanie do świadczeń finansowanych przez NFZ lub ZUS. Klienci często wybierają turnusy refundowane mimo długiego czasu oczekiwania, traktując ofertę komercyjną jako mniej opłacalną. To ogranicza zainteresowanie usługami prywatnymi, szczególnie wśród osób starszych i lokalnych mieszkańców.

- **Jakie decyzje inwestycyjne i marketingowe mają ten trend odwrócić?**

W odpowiedzi na wyraźną sezonowość ruchu turystycznego w regionie Beskidu Niskiego, Spółka podejmuje szereg decyzji marketingowych mających na celu zwiększenie widoczności oferty, wydłużenie sezonu oraz przyciągnięcie nowych grup klientów.

Jednym z głównych kierunków działań jest aktywne zarządzanie ofertą na platformie Booking.com. Systematycznie monitorowane są wyniki (liczba wyświetleń, konwersję, sezonowość rezerwacji) i na tej podstawie aktualizowana jest oferta pokoi – dostosowana do zmieniających się potrzeb rynku oraz do cyklu sezonowego. W praktyce oznacza to: tworzenie ofert sezonowych (np. zimowe pobyty regeneracyjne, jesienne pakiety zdrowotne, wiosenne weekendy relaksu), dodawanie zdjęć i opisów odzwierciedlających aktualny charakter regionu i obiektu.

Dzięki temu zwiększamy zasięg oferty, poprawiamy pozycję w wynikach wyszukiwania i przyciągamy gości również poza głównym sezonem turystycznym.

Spółce brakuje dużego obiektu, który mógłby pełnić funkcję centrum wydarzeń i organizacji dużych eventów przyciągających turystów z całego województwa i choć na ten moment Spółka nie dysponuje przestrzenią o takiej skali, wykorzystywane są własne możliwości — przede wszystkim sale konferencyjne i przestrzeń wspólna — do organizacji lokalnych wydarzeń, prelekcji, koncertów i spotkań tematycznych.

Te działania pełnią podwójną rolę:

- zwiększają liczbę gości i odwiedzin w ciągu roku,

- budują rozpoznawalność marki i integrują Spółkę z lokalną społecznością.

Organizowane przez Spółkę wydarzenia kulturalne i edukacyjne (np. spotkania z podróżnikami, warsztaty prozdrowotne, koncerty kameralne, wieczory filmowe z udziałem znanych aktorów) skutecznie przyciągają nie tylko mieszkańców, ale też turystów jednodniowych, którzy często stają się w przyszłości klientami komercyjnymi.

W działaniach marketingowych konsekwentnie Spółka promuje zaplecze noclegowe jako całoroczne uzdrowisko i miejsce regeneracji, nie tylko w okresie letnim. Wykorzystywane są media społecznościowe, strona internetowa i współpraca z regionalnymi organizacjami turystycznymi, aby pokazać Beskid Niski jako region atrakcyjny również jesienią i zimą. W ramach takich działań promocyjnych mających na celu zwiększenie liczby turystów poza sezonem jest obecność „Uzdrowisko Rymanów” S.A. w publikacjach regionalnych i materiałach promujących województwo podkarpackie. W ramach współpracy z lokalnymi wydawnictwami i instytucjami reklama i opis Spółki oraz oferta zostały umieszczone w przewodniku powiatu krośnieńskiego, a także w albumach: „Podkarpackie – wspólnie do przyszłości” i „Krosno – miasto szkła”. Dzięki tym publikacjom Spółka została zaprezentowana jako część bogatej oferty turystycznej i kulturalnej regionu, co pozwala dotrzeć do nowych grup odbiorców – zarówno turystów planujących pobyty sezonowe, jak i osób poszukujących miejsc na krótkie, weekendowe wyjazdy o każdej porze roku. Działanie to ma na celu utrwalenie wizerunku Spółki jako całorocznego ośrodka zdrowia, relaksu i kultury, który oferuje nie tylko bazę noclegową i zabiegi uzdrowiskowe, ale również przestrzeń do lokalnych wydarzeń i spotkań. Obecność w tego typu materiałach promocyjnych wzmacnia rozpoznawalność naszej marki, zwiększa zainteresowanie ofertą pozasezonową i pozytywnie wpływa na wizerunek całego regionu Beskidu Niskiego jako miejsca atrakcyjnego przez cały rok. Pełen zakres tych publikacji (treść, zdjęcia) opracowywany i przygotowywany jest przez pracowników Spółki.

Dodatkowo prowadzone są działania promocyjne w formie ulotkowej kampanii informacyjnej, której celem jest zachęcenie klientów do korzystania z oferty komercyjnej. Ulotki dostępne są w punktach informacji turystycznej, obiektach noclegowych oraz podczas wydarzeń lokalnych i regionalnych. Opracowywane są również w języku angielskim. Zawierają one aktualną ofertę, informacje o zabiegach, możliwościach rezerwacji oraz korzyściach wynikających z pobytów prywatnych. Pełen zakres tych ulotek (treść, zdjęcia) opracowywany i przygotowywany jest przez pracowników Spółki.

Kolejnym elementem działań promocyjnych jest również współpraca z serwisem www.polskiesanatoria.pl, który stanowi jeden z głównych portali informacyjnych i rezerwacyjnych dla osób zainteresowanych pobytami komercyjnymi i leczniczymi w Polsce. Dzięki obecności w tym serwisie oferta Spółki jest widoczna dla szerokiego grona potencjalnych klientów poszukujących miejsc wypoczynku i rehabilitacji, zarówno komercyjnych, jak i leczniczych. Regularna aktualizacja treści, zdjęć oraz pakietów w serwisie umożliwia skuteczne promowanie oferty przez cały rok, a także zwiększa liczbę zapytań i rezerwacji poza głównym sezonem.

Podjęmowane są również działania wizerunkowe o zasięgu międzynarodowym – zdobycie prestiżowej nagrody podczas 19. edycji Festiwalu FilmAT. Film promujący „Uzdrowisko Rymanów” S.A. pt. *„Your health – in harmony with nature”* otrzymał pierwszą nagrodę w kategorii *Tourism Communication* na Międzynarodowym Festiwalu Filmów Turystycznych,

Dokumentów Telewizyjnych i Filmów Korporacyjnych. Film ten stał się ważnym narzędziem promocji oferty komercyjnej, podkreślając unikalny charakter regionu i wartości zdrowotne, które przyciągają zarówno turystów krajowych, jak i zagranicznych. Całość filmu poczynając od koncepcji poprzez scenariusz i wykonanie zostały zrealizowane przez pracowników „Uzdrowisko Rymanów” S.A. Tego typu produkcje wprowadzają na rynek pozytywny bodziec marketingowy i PR Spółki, a fakt istnienia pełnego procesu produkcji realizowanego przez pracowników Spółki powoduje brak dodatkowych, zewnętrznych kosztów produkcyjnych.

Dodatkowo Spółka wdraża stopniowo proces działań inwestycyjnych mających podnieść standard i komfort pobytów. W ramach tych działań wykonano:

1. Modernizację obiektu basenowego (basen, jacuzzi, sauna) w obiekcie „Świtezianka”- 2023 rok.
2. Rewitalizację Pijalni Wód Mineralnych – 2023 r.
3. Utworzenie nowoczesnej siłowni w obiekcie „Maria” – 2023 r.
4. Rewitalizację Sali kinezyterapii w Szpital i Sanatorium Uzdrowskie „Zimowit” – 2024 r.
5. Utworzono nowoczesną sali konferencyjnej dla organizacji szkoleń i spotkań w obiekcie „Maria” – 2024 r.
6. Nowe elementy infrastruktury wypoczynkowej: dwie wiaty wypoczynkowe: pierwsza przy Szpitalu i Sanatorium Uzdrowskim „Zimowit”, wyposażona w trzy komfortowe leżaki, oraz druga wiaty przy Sanatorium „Anna”. Obie lokalizacje zostały przystosowane jako przestrzenie relaksu na świeżym powietrzu, oraz nowoczesne zewnętrzne trzy leżaki umiejscowione w strefie wypoczynkowej Sanatorium „Maria” – 2025 r.
7. Rewitalizację pomieszczeń zabiegowych fizjoterapeutycznych oraz do masażu w obiekcie „Świtezianka” – 2025 r. Wymieniono ścianki działowe, pomalowano ściany i zamontowano nowe oświetlenie. Dodatkowo na korytarzach położono beton strukturalny, a w przebieralniach wymieniono szafki, aby poprawić komfort kuracjuszy. Przebudowano również kuchnię i punkty masażu — zamontowano nowe umywalki, płytki i drzwi przesuwne.

Wszystkie wymienione inwestycje tworzą spójną całość, której celem jest podniesienie standardu usług, wydłużenie sezonu turystycznego oraz zwiększenie zainteresowania pobytami komercyjnymi.

3. Spółka od lat deklaruje „wdrażanie nowych technologii”, jednak niewiele w tym zakresie robi.

- **Kto faktycznie odpowiada za rozwój technologiczny uzdrowiska i jakie są tego rezultaty?**

Za rozwój technologiczny „Uzdrowisko Rymanów” S.A. odpowiada Zarząd Spółki, przy zaangażowaniu właściwych branżowo komórek organizacyjnych.

W zakresie działalności leczniczej rodzaj stosowanych procedur rehabilitacyjnych i zabiegowych określony jest w odpowiednich aktach prawnych (rozporządzeniach Ministra Zdrowia, zarządzeniach Prezesa NFZ, wymaganiach ZUS). Spółka rozlicza się z płatnikiem stawką za osobodzień, w ramach którego należy wykonać ściśle określoną liczbę, ściśle

określonych procedur. Do ich wykonywania służą odpowiednie sprzęty rehabilitacyjne, w tym takie, które można określić „nowymi technologiami”. Każdorazowa wymiana urządzeń, które uległy degradacji, polega na zakupie sprzętów najnowszej generacji. W ostatnich latach Spółka zakupiła szereg nowoczesnych urządzeń robotycznych. Urządzenia robotyczne w rehabilitacji to zaawansowane technologicznie systemy, takie jak roboty do terapii kończyn i systemy do analizy ruchu, które wspierają pacjentów w odzyskiwaniu sprawności po urazach lub chorobach.

Pozwalają one na prowadzenie intensywnych, zindywidualizowanych i powtarzalnych ćwiczeń, co przekłada się na szybszy powrót do zdrowia, a także pomagają fizjoterapeutom w obiektywnej ocenie postępów pacjenta.

Urządzenia robotyczne do rehabilitacji, to kolejny krok w kierunku rozwoju innowacyjnych rozwiązań w obszarze udzielania świadczeń opieki zdrowotnej. Specyfikacja zakupionych urządzeń robotycznych wraz z nowymi możliwościami zabiegów realizowanych dzięki nim zawarta jest w pkt 1.1.

Mając na uwadze ograniczenia wynikające z niewystarczającej powierzchni pomieszczeń zabiegowych, Zarząd Spółki podjął działania mające na celu budowę nowej sali gimnastycznej oraz rozbudowę zakładu przyrodoleczniczego przy bloku A1 Szpitala i Sanatorium Uzdrowskiego „Zimowit”. Dążąc do realizacji przedmiotowego zadania Spółka złożyła wniosek aplikacyjny do Programu Fundusze Europejskie dla Podkarpacia 2021-2027 w ramach priorytetu FEPK.06 Rozwój zrównoważony terytorialnie, działanie FEPK.06.02 Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich i małych miast, typ projektów I - Ochrona, rozwój i promowanie publicznych walorów turystycznych i usług turystycznych. Planowane jest tam stworzenie pracowni krioterapii z wykorzystaniem różnych technik (np. krioterapia ogólnoustrojowa, krioterapia kompresyjna łącząca działanie niskich temperatur ze specjalistycznym uciskiem, aby przyspieszyć regenerację po urazach i operacjach). Planuje się również stworzenie pracowni trójwymiarowego treningu, który będzie miał za zadanie motywowanie pacjentów do wykonywania poprawnych anatomicznie ćwiczeń oraz podniesie możliwości diagnostycznych placówki. Pracownia zostanie wyposażona w ściankę diagnostyczną 3D, zaawansowaną bieżnię, która umożliwia ocenę chodu/biegu pacjenta oraz terapię ukierunkowaną na poprawę jakości wykonywanego ruchu. Sala gimnastyczna zostanie również wyposażona w sprzęt rehabilitacyjny do ćwiczeń tj. rowery rehabilitacyjne, orbitrek oraz atlas z oporem pneumatycznym, czego do tej pory „Uzdrowsko Rymanów” S.A. nie miało w swojej ofercie.

Kolejnym przedsięwzięciem inwestycyjnym, o którego realizację Zarząd Spółki zabiega w ramach trwającej perspektywy finansowej jest Remont i przebudowa Sanatorium Uzdrowskiego „Leliwa” w Rymanowie-Zdroju. Przewidywanym efektem realizacji projektu będzie obiekt sanatorium „Leliwa” dostosowany w pełni do potrzeb osób z dysfunkcjami słuchu: tablice interaktywne, translatory w formie tabletów, lokalizatory. Część pomieszczeń będzie wyposażona w pętle indukcyjne wzmacniające odbierany dźwięk w aparatach słuchowych. Obiekt wyposażony będzie w systemy bezpieczeństwa p.poż. dostosowane dla osób głuchych i niedosłyszących (oprócz sygnalizacji dźwiękowej, będą one generowały sygnał świetlny i wibracyjny zainstalowany w łózkach). Pokoje będą wyposażone w telewizory z kanałem informacyjnym przeznaczonym dla osób głuchych i niedosłyszących. Zabiegi rehabilitacyjne dla osób głuchych i niedosłyszących obejmują szeroki zakres działań, mających na celu poprawę komunikacji, funkcjonowania społecznego i jakości ich życia.

Rehabilitacja słuchu może obejmować terapię surdologopedyczną, trening percepcyjny, dobór i dopasowanie aparatów słuchowych lub implantów, a także wsparcie psychologiczne i społeczne. Dodatkowo, dla osób z głuchotą ważne jest wsparcie w zakresie komunikacji, w tym nauka języka migowego i korzystanie z urządzeń wspomagających słyszenie, takich jak pętle indukcyjne. W obiekcie będą wykonywane również zabiegi ozonoterapii oraz laseroterapii wysokoenergetycznej, które dodatkowo będą wspierać terapię osób z zaburzeniami słuchu. Ten innowacyjny produkt turystyki zdrowotnej stanowi unikalne połączenie usług sanatoryjnych i inkluzyjnych rozwiązań komunikacyjnych, skierowanych do wykluczonej dotąd grupy klientów – osób głuchych i niedosłyszących. Planowana liczba łóżek – 52, z przeznaczeniem w większości dla potrzeb realizacji kontraktu z płatnikiem publicznym (NFZ) w ramach sanatorium uzdrowiskowego.

Oba zadania zostały zaproponowane do nowego Wojewódzkiego Planu Transformacji na lata 2027 – 2031.

W ramach działalności produkcyjnej w trakcie realizacji są dwa zaplanowane wcześniej działania inwestycyjne, które w istotny sposób wpłyną na automatyzację i poprawę efektywności produkcji:

- zakup inspektora butelek szklanych - urządzenia do automatycznej kontroli jakości opakowań w procesie produkcyjnym, które wykrywa wady takie jak pęknięcia, odpryski, nieszczelności, zabrudzenia czy nieprawidłową pojemność, szacowana wartość: 770 000,00 zł netto,
- zakup systemu automatycznej paletyzacji oparty na płaszczyźnie kartezyjskiej z przeznaczeniem do obsługi 2 linii naprzemiennie – końcowego urządzenia na linii produkcyjnej, które automatycznie układa produkty na paletach w sposób powtarzalny i zoptymalizowany, zgodnie z wcześniej ustalonymi wzorami, szacowana wartość: 1 300 000,00 zł netto.

W ramach działalności pomocniczej, realizowanej zarówno dla potrzeb zbiorowego zaopatrzenia w wodę, jak i zabezpieczenia wody dla potrzeb własnych Spółki w 2025 r. uruchomiono system monitoringu i opomiarowania zbiorników oraz ujęć wód do celów gospodarczych, który jest systematycznie modyfikowany i rozszerzany o kolejne elementy infrastruktury. Wartość zadania pn. System opomiarowania i sterowania infrastruktury wodociągowej, realizowanego w terminie do końca listopada b.r. wynosi 128 810,37 zł. W kolejnym kroku planowane jest rozszerzenie do systemu zdalnego sterowania pompami, stacjami uzdatniania i innymi obiektami. System ten pozwala na zwiększenie bezpieczeństwa dostaw wody polegającego na bieżącym monitorowaniu poziomu wody jednocześnie we wszystkich zbiornikach oraz monitorowania pracy pomp, zwiększając szybkość reakcji dyżurującego pracownika na ewentualne awarie, zakłócenia czy inne czynniki mające wpływ na jakość wody i odpowiednią wydajność instalacji. Dodatkowo system zdalnego sterowania pozwoli optymalizować wydobywanie i transport wody w zależności od potrzeb, warunków pogodowych czy ekonomicznych (zużycie energii).

- **Jakie nowe technologie - poza zakupem dwóch urządzeń o łącznej wartości ok. 46 tys. zł - wprowadzono w 2024 r. (dane ze sprawozdania z działalności Spółki za rok 2024)?**

W 2024 roku Spółka wdrożyła innowacyjne urządzenia rehabilitacyjne, które szczegółowo opisano w punkcie I.1. Wyżej wymieniony sprzęt robotyczny dla potrzeb rehabilitacji został zakupiony przez Spółkę w grudniu 2023 roku. Od początku 2024 roku Spółka użytkuje wskazane urządzenia w bieżącej działalności. Wartość zakupionego wyposażenia robotycznego wyniosła 959 144,00 zł. Rozwój technologiczny przedsiębiorstwa to ciągły, proces modernizacji infrastruktury medycznej, produkcyjnej i pomocniczej.

II. Inwestycje i infrastruktura

1. W centralnej strefie uzdrowiska (strefa A) znajdują się trzy nieczynne i zdegradowane obiekty: „Leliwa”, „Gozdawa”, „Krystyna”.

- **Jak długo budynki te pozostaną ruiną w sercu uzdrowiska?**

Horyzont czasowy, w którym wskazane obiekty pozostaną w niezmienionej od dziesiątek lat formie (bez realnej funkcji w prowadzonej przez Spółkę działalności operacyjnej), determinowany jest aspektami prawnymi i ekonomicznymi, które opisano w kolejnym punkcie.

- **Czy Zarząd posiada jakikolwiek realny plan ich zagospodarowania, sprzedaży lub rewitalizacji?**

Obiekt „Leliwa” posiada gotową dokumentację projektową, wraz z pozwoleniem na budowę, Spółka złożyła wniosek aplikacyjny w ramach Programu Fundusze Europejskie dla Podkarpacia 2021-2027. Szczegółowa informacja zawarta w odpowiedzi na pytanie nr 3.

Obiekt „Krystyna” jest przedmiotem sporu administracyjno-sądowego pierwotnych właścicieli nieruchomości zgłaszających roszczenia o zwrot majątku. W dniu 18 września 2025 roku Minister Finansów i Gospodarki wydał decyzję odmawiającą stwierdzenia nieważności decyzji Wojewody Krośnieńskiego z dnia 22 października 1992 roku, stwierdzającej nabycie z mocy prawa przez „Uzdrowisko Rymanów” S.A. prawa wieczystego użytkowania gruntu Skarbu Państwa w części zabudowanej willą „Krystyna”. Ww. decyzja jest nieprawomocna i pierwotnym właścicielom przysługuje skarga do Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego. Zarząd Spółki do czasu ostatecznego rozstrzygnięcia sporu i ustalenia statusu prawnego budynku świadomie nie podejmuje żadnych działań inwestycyjnych względem wskazanego budynku.

Obiekt „Gozdawa” stanie się przedmiotem szczegółowych analiz i opracowań po zakończeniu procesu modernizacji pozostałych, funkcjonujących w ramach podstawowej działalności operacyjnej budynków Spółki, o krytycznym znaczeniu dla ogólnych efektów gospodarowania. W okresie najbliższych 3 lat, przy założeniu pozytywnych rozstrzygnięć w zakresie projektów, o które Spółka aplikuje w ramach FEP 2021-2027, Spółka będzie realizowała rzeczowe przedsięwzięcia inwestycyjne o wartości około 50 mln zł, obejmujące remonty, modernizacje i rozbudowy w ramach infrastruktury funkcjonującej obecnie i wykorzystywanej do bieżącej działalności, zarówno podstawowej, jak i produkcyjnej oraz dodatkowo około 15 mln zł w ramach rewitalizacji obiektu „Leliwa”.

- **Jaki jest horyzont czasowy działań w tym zakresie i czy planowane jest pozyskanie środków zewnętrznych?**

Horyzont czasowy wskazanych działań:

Obiekt „Leliwa” – wyniki naboru w roku 2026. W przypadku pozytywnego rozstrzygnięcia naboru, realizacja planowana na lata 2026-2028.

Obiekt „Krystyna” – obecnie niemożliwy do wskazania, z uwagi na okoliczności opisane w poprzednim punkcie.

Obiekt „Gozdawa” – działania uzależnione od czasu realizacji działań o wyższym priorytecie w zakresie działalności podstawowej, jak i produkcyjnej. Równolegle Zarząd Spółki monitoruje potencjał w obszarze środków zewnętrznych.

2. Jakie inwestycje zostaną sfinansowane z planowanego zwiększenia kapitału zakładowego o 23,9 mln zł?

- **Czy środki te zostaną faktycznie przeznaczone na modernizację infrastruktury uzdrowiskowej, czy raczej na działania pozorne?**

Środki pochodzące ze zwiększenia kapitału zakładowego o 23,9 mln zł zostaną w 100% wykorzystane na modernizację infrastruktury uzdrowiskowej.

- **(...) i w jakim terminie inwestycje mają się zakończyć?**

Uchwałą Nr. XI/179/25 z dnia 27.01.2025 r. Sejmik Województwa Podkarpackiego wyraził zgodę na objęcie akcji 2 390 000 akcji Spółki „Uzdrowisko Rymanów” Spółka Akcyjna przez Województwo Podkarpackie, o cenie nominalnej 10 zł za akcję, za kwotę 23 900 000,00 zł, w następujących etapach:

- 1) w 2025 roku – 845 000 akcji za kwotę 8 450 000,00 zł,
- 2) w 2026 roku – 1 545 000 akcji za kwotę 15 450 000,00 zł.

Realizacja planowanych rzeczowych przedsięwzięć inwestycyjnych w zakresie przedmiotowego podwyższenia kapitału zakładowego została podzielona na 2 etapy, planowane do realizacji z uwzględnieniem priorytetu poszczególnych zadań oraz uwarunkowań wynikających z bieżącej działalności operacyjnej:

ETAP 1: Zadania nr:

1. Dostosowanie Szpitala i Sanatorium Uzdrowiskowego „Zimowit” do wymagań ochrony przeciwpożarowej rozszerzenie zakresu.
 2. Dostosowanie Szpitala i Sanatorium Uzdrowiskowego „Eskulap” do wymagań ochrony przeciwpożarowej.
 3. Dostosowanie obiektu „Teresa” (Poradnia Leczenia Uzależnień) do wymagań ochrony przeciwpożarowej.
 4. Termomodernizacja obiektu „Teresa” (Poradnia Leczenia Uzależnień).
- Szacowana łączna wartość zadań: **8 492 000,00 zł**

ETAP 2: Zadanie nr:

5. Termomodernizacja i remont pokoi Szpitala i Sanatorium Uzdrowskiego „Eskulap”.
6. Remont bloku A2, B1 i B2 Szpitala i Sanatorium Uzdrowskiego „Zimowit”.

Szacowana wartość zadania: **15 450 000,00 zł**

W pierwszej kolejności zostały wykonane najpilniejsze prace, dotyczące ochrony przeciwpożarowej największego obiektu Spółki – Szpitala i Sanatorium Uzdrowskiego „Zimowit”. Aktualny status pozostałych przedsięwzięć inwestycyjnych:

Zadanie nr 2 i nr 5 - Przygotowana kompleksowa dokumentacja techniczna, wraz z decyzją administracyjną. Postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego na roboty budowlane – przed podpisaniem umowy z wybranym wykonawcą. Umowny czas realizacji całego zadania, w podziale na etapy: etap 1 – 260 dni, etap 2 – 310 dni od dnia zawarcia umowy z wykonawcą.

Zadanie nr 3 i nr 4 – Przygotowana kompleksowa dokumentacja techniczna, wraz z decyzją administracyjną. Postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego na roboty budowlane – w trakcie, przed upływem terminu składania ofert. Umowny czas realizacji całego zadania – 330 dni od dnia zawarcia umowy z wykonawcą.

Zadanie nr 6 – W trakcie opracowywanie kompleksowej dokumentacji technicznej. Umowny termin realizacji usługi projektowej – 18 grudnia 2025 r. Realizacja prac budowlanych będzie odbywała się wg harmonogramu ustalonego szczegółowo na etapie przygotowania postępowania przetargowego, po zakończeniu etapu projektowego, z uwzględnieniem bieżącego obciążenia pozostałymi działaniami inwestycyjnymi, w korespondencji z obłożeniem łóżek na poszczególnych obiektach, wynikającym przede wszystkim ze skali zawartych kontraktów z płatnikami publicznymi, celem redukcji ryzyka utraty przychodów z podstawowej działalności operacyjnej.

3. Zakład Produkcji Wód od dekad działa w budynku z lat 70., który według sprawozdania „wymaga termomodernizacji”.

- **Czy Spółka planuje budowę nowoczesnej rozlewni lub przeniesienie zakładu, czy też inwestycja została trwale odłożona?**

Zarząd Spółki rozpoczął przygotowania w zakresie modernizacji budynków Zakładu Produkcji Wód. Opracowano kolejno:

- wielobranżową koncepcję modernizacji budynków Zakładu Produkcji Wód w Rymanowie-Zdroju - grudzień 2020 r.,
- dokumentację projektową pn. „Zastąpienie istniejącego źródła ciepła w postaci węglowej kotłowni parowej na kotłownię parową zasilaną gazem z wykorzystaniem OZE oraz z instalacją gazową i adaptacją pomieszczenia kotłowni” - sierpień 2022 r.,
- ekspertyzę techniczną dotyczącą stanu ochrony przeciwpożarowej budynków ZPW - marzec 2024 r.,
- kompleksową dokumentację techniczną pn. „Termomodernizacja budynków Zakładu Produkcji Wód”, w tym: Przebudowa, nadbudowa oraz rozbudowa istniejącego głównego budynku Zakładu Produkcji Wód, a także przebudowa oraz nadbudowa budynku magazynowego (magazyn stolarni dla potrzeb obsługi uzdrowiska, archiwum zakładowe) wraz z instalacjami wewnętrznymi i zewnętrznymi, przebudowa istniejącego układu

komunikacji kołowej oraz pieszej wewnętrznej (w tym remontem części nawierzchni), budowa: miejsc postojowych, wiaty na butle, muru oporowego; rozbiórka: dwóch budynków, budowli i urządzeń budowlanych, tj. budynku „starej” stolarni, budynku garażowego, komina stalowego wraz z odciągami, wiaty stalowej, dwóch betonowych zbiorników kanalizacji deszczowej, miejsca magazynowego (miejsca składowego surowca opałowego) z przyległymi ścianami oporowymi – wrzesień 2024 r.

Na podstawie przygotowanej kompleksowej dokumentacji technicznej Spółka otrzymała kosztorys inwestorski dla potrzeb termomodernizacji na kwotę 9 453 451,89 zł. Realizacja przedmiotowego zamierzenia inwestycyjnego wymaga zaangażowania przez Spółkę znacznej, wskazanej wyżej kwoty, w związku z czym planowana jest budowa montażu finansowego z udziałem zewnętrznego finansowania komercyjnego. Przystąpienie do prac budowlanych w zakresie termomodernizacji infrastruktury produkcyjnej planowane jest w końcowej fazie realizacji inwestycji w ramach podstawowej działalności Spółki lub bezpośrednio po ich zakończeniu.

III. Kadry i rehabilitacja

1. Ilu fizjoterapeutów specjalistów zatrudnia obecnie „Uzdrowisko Rymanów” S.A.?

„Uzdrowisko Rymanów” S.A. nie zatrudnia obecnie specjalistów fizjoterapii. Spółka zatrudnia:

Na podstawie umowy o pracę:

Magister fizjoterapii - 42 osoby,

Licencjat fizjoterapii - 5 osób,

Technik fizjoterapii - 10 osób,

Technik masażysta - 15 osób.

Na podstawie umów cywilnoprawnych:

Magister fizjoterapii - 1 osoby,

Technik masażysta - 6 osób.

2. Jak kształtuje się obciążenie pracą fizjoterapeutów w stosunku do liczby pacjentów?

Z uwagi na specyfikę pracy, rodzaj, czas i metodykę wykonywania zabiegów w Uzdrowskim Zakładzie Przyrodolecznym trudno jest ocenić „obciążenie pracą fizjoterapeutów w stosunku do liczby pacjentów”.

Fizjoterapeuci w „Uzdrowisko Rymanów” S.A. zatrudnieni są na umowę o pracę, a w razie zwiększonego zapotrzebowania na tego rodzaju usługę, pracę świadczą osoby zatrudnione na umowy cywilnoprawne. Pracownicy korzystają z urlopów wypoczynkowych, czasów pod gruszą. Matki karmiące piersią korzystają z skonsolidowanych dwóch półgodzinnych przerw na karmienie dziecka.

W każdym gabinecie zabiegowym uwzględniona jest przerwa pracownicza.

Praca fizjoterapeuty to praca indywidualna z pacjentem oraz praca z grupą pacjentów. Na stanowiskach w ciągu dnia w razie potrzeby następuje rotacja, która umożliwia wykorzystanie potencjału pracownika zgodnie z zaistniałą potrzebą.

Fizjoterapeuci pracują na stanowiskach zgodnie z harmonogramem ustalonym według potrzeb Spółki. Potrzeby wynikają z umów zawartych z płatnikiem czyli NFZ, ZUS. Każda umowa zawarta indywidualnie ze zleceniodawcą określa ściśle liczbę i rodzaj wykonanych zabiegów w stosunku do każdego skierowanego pacjenta na leczenie.

Dla przykładu, „Umowa z ZUS Narząd Ruchu: Ośrodek rehabilitacyjny realizuje w ustalonym indywidualnie programie rehabilitacji, każdy pacjent skierowany na rehabilitację realizuje program od poniedziałku do piątku – nie mniej niż 6 zabiegów leczniczych dziennie, w tym co najmniej 3 zabiegi kinezyterapii, w tym co najmniej 2 zabiegi kinezyterapii indywidualnej oraz w soboty – nie mniej niż 4 zabiegi, w tym co najmniej 2 zabiegi kinezyterapii, w tym co najmniej 1 zabieg kinezyterapii indywidualnej”.

Liczba zabiegów wykonana w gabinetach uzależniona jest od rodzaju zleconego zabiegu przez lekarza, jego czasu trwania i karencji między zabiegami. Liczby zleconych zabiegów są różne i niepowtarzalne w każdym turnusie.

Praca z pacjentami w gabinetach podzielona jest na pracę indywidualną i pracę zbiorową z grupą pacjentów.

Praca indywidualna to praca w gabinetach:.

Masażu leczniczego - w ciągu godziny wykonuje się 3 zabiegi. Zabieg trwa 10 minut. W ciągu jednego dnia pracownik wykonuje 21 zabiegów.

Krioterapia miejscowa - w ciągu godziny wykonuje się 6 zabiegów. Zabieg trwa 3 minuty.

Gimnastyka indywidualna - to praca z pacjentami na Sali gimnastyki indywidualnej wyposażonej w sprzęty rehabilitacyjne (rower rehabilitacyjny, orbitrek, bieżnie, Uniwersalny Gabinet Usprawniania Leczniczego, szyny do ćwiczeń biernych kończyn dolnych, barku i nadgarstka). Czas trwania gimnastyki 30 minut. W gabinecie w ciągu 1 godziny rehabilitowanych jest co najmniej 6 pacjentów. Na salach gimnastyki indywidualnej przy zwiększonej liczbie pacjentów pracuje dwóch fizjoterapeutów.

Praca fizjoterapeutów w gabinetach zbiorowych

Gimnastyka grupowa - zabieg trwa 30 minut – grupa 15 pacjentów. W ciągu podstawowego wymiaru czasu pracy można wykonać zabiegi dla 11 grup pacjentów.

Gimnastyka zbiorowa w basenie - zabieg trwa 30 minut – grupa 7 pacjentów. W ciągu podstawowego wymiaru czasu pracy można wykonać zabiegi dla 10 grup pacjentów.

Gabinet Fizykoterapii - wyposażony w kilka aparatów; (aparaty do elektroterapii, aparaty do światłolecznictwa: lampa sollux i lampa bio-v, aparaty do magnetoterapii niskiej i wysokiej częstotliwości, aparat do ultradźwięków, fala uderzeniowa, masaż pneumatyczny), zabieg trwa 10 minut na jednym urządzeniu. W ciągu podstawowego wymiaru czasu pracy wykonuje się około 150 zabiegów na wszystkich urządzeniach. Zabiegi na tym stanowisku wykonuje 4 fizjoterapeutów.

Gabinety hydroterapii - zabieg trwa 10 minut, w ciągu godziny wykonuje się 2 zabiegi na jednej wannie.

Gabinet wyposażony w wannę do hydroterapii, wannę do kąpeli wirowej kończyny dolnej, wanna do kąpeli wirowej kończyny górnych.

Gabinet balneoterapii: kąpiele mineralne, inhalacje indywidualne - zabieg trwa 10 minut,

– w ciągu godziny wykonuje się 2 zabiegi kąpeli mineralnych na jednej wannie,

– w ciągu godziny wykonuje się 4 zabiegi inhalacji na jednym aparacie (10 aparatów znajduje się w wyposażeniu gabinetu).

Zabiegi planowane są przy udziale programu informatycznego „Kuracjusz”, który pozwala zachować wszystkie zależności pomiędzy różnymi grupami zabiegów jak i pozwala racjonalnie przestrzegać obłożenia gabinetów.

Dla potrzeb wykonywania opisanych wyżej czynności, Spółka zatrudnia łącznie 79 osób. Łączna liczba zabiegów wykonanych w okresie od 1 stycznia do 31 października 2025 wynosi 646 005.

3. Jakie jest obłożenie łóżek rehabilitacyjnych i uzdrowiskowych, jaka jest rotacja łóżek w 2024 r.?

W 2024 roku średnio było obłożonych 678 łóżek, w tym:

- lecznictwo uzdrowiskowe – 338
- rehabilitacja lecznicza – 175 (w tym 26 łóżek wykorzystanych przez pacjentów rehabilitowanych w ramach KOS)
- rehabilitacja w ramach prewencji rentowej ZUS – 113
- pobyty komercyjne – 52

Wskaźnik rotacji łóżek za rok 2024 wyniósł 14,49.

4. Ile miejsc pozostaje niewykorzystanych i jakie są przyczyny tej sytuacji?

Spółka w 2024 r. posiadała 886 czynnych łóżek, w związku z czym, przy średnim obłożeniu 678 łóżek, niewykorzystanych pozostawało średnio 208 miejsc.

Miesięczny rozkład obłożenia łóżek w ramach podstawowej działalności przedstawia poniższa tabela:

**Średnie obłożenie obiektów "Uzdrowisko Rymanów" S.A.
w 2024 r. w podziale na miesiące**

Miesiąc	Średnie obłożenie łóżek
Styczeń 2024 r.	547
Luty 2024 r.	629
Marzec 2024 r.	648

Kwiecień 2024 r.	685
Maj 2024 r.	717
Czerwiec 2024 r.	750
Lipiec 2024 r.	774
Sierpień 2024 r.	769
Wrzesień 2024 r.	741
Październik 2024 r.	747
Listopad 2024 r.	694
Grudzień 2024 r.	491

Wykorzystanie infrastruktury ma charakter sezonowy. Na przykładzie ostatniego pełnego roku, należy zauważyć, że amplituda średniomiesięcznego obłożenia bazy łóżkowej wynosi niemal 37% wartości maksymalnej. Sezonowość jest zjawiskiem charakterystycznym dla całej branży uzdrowiskowej, a głównym czynnikiem, który wywiera wpływ na to zjawisko w ramach dominującej działalności kontraktowej, są tzw. „niedojazdy”, niezależne od świadczeniodawcy, dodatkowo wzmocnione niskim poziomem turystycznej atrakcyjności regionu Beskidu Niskiego w zakresie działalności komercyjnej.

5. Jaka jest skala nie dojazdów pacjentów NFZ i ZUS (niewykorzystane skierowania) i jakie straty finansowe generuje to dla Spółki?

W lecznictwie uzdrowiskowym liczba niedojazdów pacjentów w 2024 roku stanowiła 4,2% zakontraktowanych skierowań, co przełożyło się na niewykorzystanie kwoty w wysokości 1 356 593,11 zł. W analizowanym roku zostały odpracowane ryczały pobrane w latach 2020-2021 na kwotę 1 409 501,74 zł poprzez zrealizowanie 332 skierowań poza umową na 2024 rok.

Wartość umowy z NFZ na świadczenia rehabilitacji leczniczej w 2024 roku została wykorzystana w całości. Dodatkowo Spółka uzyskała przychody z tzw. nadwykonań o wartości 239 769,10 zł.

W rehabilitacji w ramach prewencji rentowej ZUS w 2024 roku niedojazdy stanowiły 13,2%, co obniżyło przychody o 967 754,83 zł.

6. Wobec powstania i rozbudowy Podkarpackiego Centrum Interwencji Sercowo-Naczyniowych w Sanoku, które przejmie m.in. świadczenia programu KOS, czy rehabilitacji kardiologicznej:

- czy Spółka przygotowała analizę skutków finansowych tej konkurencji?

Spółka analizuje ewentualne skutki finansowe, które nie są obecnie możliwe do dokładnego oszacowania.

- Jakie działania naprawcze i rekompensacyjne zostaną podjęte, by uchronić Spółkę przed utratą przychodów z tego segmentu?

Spółka podjęła działania, które uchronią ją przed utratą przychodów z tego segmentu. Działania te objęte są tajemnicą przedsiębiorstwa z uwagi na możliwość wykorzystania przez konkurencję.

7. W kontekście spadającego przyrostu naturalnego i malejącej liczby skierowań,
- **jaka jest rzeczywista liczba dzieci leczonych w uzdrowisku w 2024 r.?**

W 2024 roku w „Uzdrowisko Rymanów” S.A. przebywało 631 dzieci (550 w szpitalu uzdrowiskowym dla dzieci „Zimowit” i 81 w sanatorium dla dziecka z opiekunem „Anna”).

- **Jak Spółka zamierza utrzymać status „Uzdrowiska przyjaznego dzieciom”, skoro oddziały dziecięce są częściowo nieczynne a te które są generują stratę?**

Problem zmniejszającej się liczby dzieci leczonych w uzdrowiskach rozpoczął się jeszcze pod koniec lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku. Dotyczy on oczywiście wszystkich podmiotów, które prowadzą/prowadziły w Polsce leczenie uzdrowiskowe pacjentów w wieku od 3 do 18 roku życia. Mimo szeroko prowadzonych działań mających na celu odwrócenie tego trendu, nie udało się do tej pory tego zrobić. Problem jest złożony i wieloaspektowy, nie wynika z „blokowania” skierowań przez NFZ. Jeszcze w 2022 roku było 17 uzdrowisk, w których leczone były dzieci. Dziś w całym kraju zostało ich zaledwie 6. W ich strukturach działa łącznie 10 podmiotów zajmujących się leczeniem dzieci. Tylko w ostatnim czasie zakończyły działalność dziecięce szpitale i sanatoria w: Kołobrzegu, Krasnobrodzie, Szczawnie-Zdroju, Szczawnicy, Dąbkach (Sanatorium Uzdrowiskowe „Argentyt”), w Rabce (oddział sanatoryjny dla dzieci od 3 do 6 lat). Nie jest prawdą, że w Rymanowie-Zdroju „oddziały dziecięce są częściowo nieczynne a te, które są generują stratę”. W Spółce jest jeden oddział uzdrowiskowy szpitalny dla dzieci, zlokalizowany w obiekcie „Zimowit”, funkcjonujący przez cały rok, oraz oddział dla dzieci pod opieką osoby dorosłej zlokalizowany w Sanatorium „Anna”, funkcjonujący w miesiącach letnich. W Szpitalu i Sanatorium „Zimowit” oprócz oddziału dziecięcego prowadzone jest leczenie sanatoryjne dorosłych, stacjonarna rehabilitacja ogólnoustrojowa oraz rehabilitacja w ramach prewencji rentowej ZUS. Dzięki wprowadzaniu zmian w organizacji pracy, w okresach, kiedy dzieci jest mniej, łóżka dziecięce wykorzystywane są do realizacji tzw. „niedojazdów” z innych zakresów świadczeń. Dzięki temu łączne obłożenie łóżek jest w obiekcie najbardziej optymalne. W Sanatorium „Anna” prowadzone jest przez cały rok leczenie sanatoryjne dorosłych, w miesiącach letnich dwa piętra udostępniane są dla dzieci w wieku od 3-6 lat pod opieką osoby dorosłej. Zmniejszająca się liczba podmiotów udzielających świadczeń uzdrowiskowych dla dzieci jest pewną „szansą” na to, że więcej ich będzie kierowanych do Rymanowa-Zdroju. Status „Uzdrowiska przyjaznego dzieciom” można utrzymać tylko poprzez kontynuowanie tej działalności, a nie jej likwidację, oczywiście pod warunkiem, że nie przynosi ona strat finansowych. Obecnie, działalność oddziału dla dzieci w obiekcie „Zimowit” jest rentowna, ponieważ stanowi uzupełnienie oferty dla dorosłych, nie generując dodatkowych kosztów stałych.

W latach 2023–2025 w Rymanowie-Zdroju odbyły się trzy edycje Konferencji Otolaryngologii Dziecięcej, organizowane przez „Uzdrowisko Rymanów” S.A. we współpracy z Sekcją Otolaryngologii Dziecięcej Polskiego Towarzystwa Otorinolaryngologów Chirurów Głowy i Szyi. W wydarzeniach uczestniczyli wybitni specjaliści z całej Polski – profesorowie i praktycy otolaryngologii, pediatrii, alergologii i rehabilitacji medycznej. Spotkania te stały się ważnym forum wymiany wiedzy oraz doświadczeń w zakresie diagnostyki, leczenia i rehabilitacji dzieci z chorobami ucha, nosa, gardła, krtani oraz zatok przynosowych.

Konferencje miały charakter naukowo-edukacyjny, ale także promocyjny – służyły podkreśleniu roli spółki jako wyspecjalizowanego ośrodka leczenia uzdrowskiego dzieci z problemami laryngologicznymi i pulmonologicznymi. Wydarzenia te zintegrowały środowisko medyczne wokół idei łączenia terapii uzdrowskowej z nowoczesnymi metodami leczenia i rehabilitacji.

Dzięki zaangażowaniu „Uzdrowsko Rymanów” S.A. w organizację konferencji, Spółka zyskała renomę partnera naukowego środowiska medycznego, a sam Rymanów-Zdrój został rozpoznany jako miejsce sprzyjające rozwojowi wiedzy i praktyki klinicznej. Obecność uznanych ekspertów oraz szeroki zasięg medialny wydarzeń przyczyniły się do wzmocnienia wizerunku uzdrowska jako nowoczesnego, innowacyjnego ośrodka, łączącego tradycję lecznictwa naturalnego z naukowym podejściem do zdrowia dzieci.

W efekcie, cykl konferencji otolaryngologicznych w latach 2023–2025 stanowił istotny element promocji leczenia uzdrowskiego i budowania prestiżu marki Spółki, a także potwierdził jej znaczenie jako jednego z kluczowych ośrodków pediatryczno-laryngologicznych w Polsce.

IV. Finanse i struktura przychodów

1. Z łącznych przychodów w wysokości 71,4 mln zł, aż ponad 84% pochodzi z działalności leczniczej, a jedynie 15% z działalności komercyjnej.

- **Czy Zarząd dostrzega ryzyko uzależnienia od NFZ i ZUS?**

Leczenie uzdrowskowe i rehabilitacja uzdrowskowa jest w Polsce integralną częścią systemu opieki zdrowotnej (art. 4. ust. 1 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o lecznictwie uzdrowskowym, uzdrowskach i obszarach ochrony uzdrowskowej oraz gminach uzdrowskowych). Podobnie jak inne dziedziny medycyny jest ono świadczeniem gwarantowanym, realizowanym za pośrednictwem NFZ. Prowadzenie tej działalności jest podstawowym zadaniem Spółki. Użycie określenia „ryzyko uzależnienia” wydaje się być w tym kontekście nieadekwatne. Dzięki skoncentrowaniu się na działalności kontraktowej z płatnikami publicznymi pacjenci mają zagwarantowany dostęp do leczenia, Spółka możliwość jego realizowania (de facto prowadzenia swojej podstawowej działalności). Obserwowane w Spółce zjawisko spadku liczby leczonych dzieci, spowodowało konieczność wprowadzania zmian w strukturze realizowanych kontraktów. Dla przypomnienia, do końca lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku we wszystkich obiektach, oprócz Szpitala „Eskulap”, przebywały dzieci. Postępująca zapaść w uzdrowskowym leczeniu dziecięcym zmuszała kolejne zarządy Spółki do podejmowania działań restrukturyzacyjnych. Były to działania trudne, wymagające ogromnego wysiłku. Negocjowano nowe kontrakty z NFZ na leczenie uzdrowskowe pacjentów dorosłych. Wprowadzono świadczenia rehabilitacyjne w ramach umów z NFZ: stacjonarna rehabilitacja kardiologiczna, stacjonarna rehabilitacja pulmonologiczna, rehabilitacja ogólnoustrojowa stacjonarna oraz w ośrodku dziennym. Uruchomiona została poradnia leczenia uzależnień dla dorosłych oraz poradnia leczenia uzależnień dla dzieci i młodzieży. Dzięki tym działaniom Spółka „uzależniła” siebie i NFZ od realizowania tych dodatkowych, bardzo potrzebnych świadczeń, refundowanych i dostępnych dla każdego obywatela, który wymaga tej formy leczenia. Przystąpiono również do konkursów ogłaszanych przez ZUS na rehabilitację w ramach prewencji rentowej. Niestety, w tym przypadku nie ma

możliwości tak ścisłego i trwałego „uzależnienia”, gdyż umowy zawierane są na okres trzech lat, a jedynym praktycznie kryterium ich podpisania jest kryterium ceny (im niższa oferowana stawka, tym większa szansa na uzyskanie kontraktu). Spółka jest oczywiście przygotowana na działania alternatywne. „Uzależnienie” od płatników publicznych stanowi stabilne zabezpieczenie pokrycia kosztów stałych prowadzonej działalności, a wolumen wolnych łóżek, pozostających do zagospodarowania ponad skalę zawartych kontraktów, stwarza przestrzeń do rozwoju działalności komercyjnej, w sposób nieeksponujący Spółki na ryzyka związane z niespodziewanym pogorszeniem wskaźników finansowych. Stawki u płatników publicznych są obecnie akceptowalne i zapewniają pokrycie stałych kosztów funkcjonowania, co potwierdzają wyniki ostatnich lat, pomimo wskazanej struktury przychodów.

- **Jakie działania zostaną podjęte, by zwiększyć udział przychodów własnych i komercyjnych?**

Spółka planuje zwiększenie udziału przychodów komercyjnych poprzez kontynuację oraz rozwój dotychczasowych działań marketingowych i promocyjnych, które już przyniosły wymierne efekty sprzedażowe. W szczególności obejmuje to:

1. Rozwój kampanii produktowych - kontynuacja promocji kosmetyków przy wykorzystaniu własnych zasobów produkcyjnych, co pozwala utrzymać niski koszt realizacji przy wysokiej efektywności sprzedażowej.
2. Wprowadzenie do oferty nowych produktów kosmetycznych na podstawie zgłaszanych przez klientów i kuracjuszy sugestii i zapotrzebowań: szampon do włosów, odżywka do włosów, seria kosmetyków dedykowana dla dzieci.
3. Utrzymywanie ekspozycji logotypów Spółki i produktów w mediach i lokalnych wydarzeniach oraz promocję w mediach społecznościowych.
4. Budowanie rozpoznawalności i wizerunku marki – działania PR, kampanie w social mediach, aktywność w lokalnych inicjatywach społecznych i kulturalnych, które wzmacniają zaufanie klientów i pozytywnie wpływają na decyzje zakupowe.
5. Zarządzanie ofertą na platformach rezerwacyjnych, m.in. Booking.com, w tym tworzenie ofert sezonowych, aktualizacja zdjęć i opisów, poprawa widoczności w wynikach wyszukiwania.
6. Organizacja wydarzeń lokalnych i kulturalnych, takich jak koncerty, spotkania edukacyjne, warsztaty prozdrowotne, które przyciągają zarówno mieszkańców, jak i turystów jednodniowych.
7. Promocja całorocznej oferty Spółki w mediach społecznościowych, regionalnych publikacjach oraz portalach turystycznych (m.in. PolskieSanatoria.pl), co zwiększa liczbę zapytań i rezerwacji poza sezonem letnim.
8. Współpraca z lokalnymi wydawnictwami i instytucjami w celu ekspozowania Spółki w materiałach promocyjnych województwa podkarpackiego, albumach i przewodnikach turystycznych.

Celem działań jest podniesienie standardu usług, zwiększenie komfortu pobytów komercyjnych, wydłużenie sezonu turystycznego oraz wzrost atrakcyjności oferty dla nowych grup klientów. Dotychczasowe kampanie marketingowe, w tym promocja kosmetyków „Celestin” i działań w obszarze wód mineralnych, wykazały wysoką skuteczność przy minimalnym nakładzie finansowym, co potwierdza niski wskaźnik Marketing Efficiency Ratio (MER) na poziomie ok. 0,5% przychodów, świadczący o ich wysokiej efektywności. Wydatki marketingowe były efektywnie wykorzystywane, przynosząc wymierny wzrost przychodów zarówno w segmencie produktów komercyjnych, jak i wód mineralnych.

Połączenie dokładnej analizy rynku, działań marketingowych, inwestycji w infrastrukturę i działań wizerunkowych pozwala spółce skutecznie zwiększać udział przychodów własnych i komercyjnych, przy jednoczesnym wzmocnieniu rozpoznawalności marki oraz pozytywnego wizerunku w regionie i w kraju. Efekt tych działań ma prowadzić do zwiększenia przychodów własnych Spółki poprzez wzrost sprzedaży kosmetyków, wód mineralnych i usług komercyjnych, przy jednoczesnym utrzymaniu efektywności kosztowej marketingu i wysokiego zwrotu z inwestycji promocyjnych.

2. Zakupy inwestycyjne w 2024 r. obejmują sprzęt medyczny za 46 tys. zł i samochody za ponad 580 tys. zł.

- **Jak Zarząd uzasadnia tę rażącą dysproporcję?**

Wskazana proporcja kosztów poniesionych na potrzeby zakupu sprzętu medycznego i samochodów wykorzystywanych w bieżącej działalności Spółki w roku 2024 nie prezentuje ogólnego trendu w działaniach Zarządu Spółki nakierowanych na rozwój infrastruktury medycznej. Np. w roku 2023 Spółka wydatkowała na zakup samochodów 34 556,71 zł, natomiast na zakup sprzętu medycznego 1 172 488,68 zł. Również w roku bieżącym Spółka nie poniosła żadnych kosztów z tytułu zakupu samochodów.

- **Jak zakup samochodu terenowego Toyota Hilux i SUV-a czy Skoda Kodiaq przyczyniły się do rozwoju usług uzdrowiskowych i rehabilitacyjnych?**

Samochody zakupione przez Spółkę w 2024 r:

Lp.	Marka samochodu	Model	Rok produkcji	Stan w momencie zakupu
1	Skoda	Kodiaq	2024	NOWY
2	Renault	Maxity	2008	UŻYWANY
3	Toyota	Hilux	2023	NOWY
4	Peugeot	Expert	2021	UŻYWANY
5	Ford Transit	Courier	2018	UŻYWANY

Uzasadnienie zakupu:

1. Skoda Kodiaq – samochód nabyty w miejsce rozbitego w wypadku drogowym

W dniu 22.06.2023 r. na skutek nieszczęśliwego wypadku uszkodzeniu uległ pojazd Skoda Superb. Zgodnie z decyzją ubezpieczyciela, uszkodzenia powstałe w wyniku kolizji były na tyle poważne, że naprawa stała się nieopłacalna, co skutkowało wydaniem decyzji o szkodzie całkowitej. Zakup nowego pojazdu był konieczny, aby zapewnić ciągłość realizacji obowiązków służbowych Zarządu Spółki.

2. Renault Maxity – samochód ciężarowy z otwartą częścią ładunkową

Użytkowany przez pracowników sekcji administracyjno-gospodarczej. Pojazd jest niezbędny do realizacji codziennych prac gospodarczych Spółki, w tym:

- a) przewozu pracowników SAG (robotników gospodarczych),
- b) transportu urządzeń mechanicznych do koszenia trawy oraz innych narzędzi i sprzętu gospodarczego,
- c) przewozu borowiny do zabiegów i borowiny pozabiegowej,
- d) transportu materiałów budowlanych dla pracowników remontowych,
- e) wywozu liści i trawy,
- f) przewozu stolarzy oraz mebli ze stolarni do budynków Spółki, a także innych mebli i sprzętów pomiędzy budynkami Spółki.

Zakup i utrzymanie pojazdu było konieczne dla zapewnienia sprawnego funkcjonowania prac administracyjno-gospodarczych, efektywnego wykonywania zadań pracowników oraz zapewnienia ciągłości operacyjnej Spółki.

3. Toyota Hilux – pojazd reprezentacyjno-marketingowy Spółki nabyty na skutek istotnego uszkodzenia pojazdu Skoda Karoq

W dniu 04.03.2024 r podczas powrotu z delegacji pracowników Spółki wypadkowi drogowemu uległ samochód Skoda Karoq. Zgodnie z kosztorysem przesłanym przez ubezpieczyciela zakres uszkodzeń był istotny i wskazywał na uszkodzenie elementów układu nośnego i kierowniczego. Rada Nadzorcza uchwałą nr 16/IX/2024 r z dnia 25 kwietnia 2024 r wyraziła zgodę na zakup samochodu osobowego o wartości szacunkowej 215 900,00 zł brutto. W miejsce samochodu został zakupiony pojazd służący do celu wzmocnienia działań promocyjnych i wizerunkowych Spółki. Zakupiona Toyota Hilux pełni funkcję mobilnego nośnika reklamy – jego karoseria została profesjonalnie oklejona w barwach firmowych opatrzona logotypami Spółki, co zapewnia stałą, widoczną ekspozycję marki podczas użytkowania w terenie. Hilux wykorzystywany jest przede wszystkim w ramach działań promocyjno-prezentacyjnych, takich jak udział w targach branżowych, wydarzeniach uzdrowiskowych, imprezach promujących region Beskidu Niskiego, a także w wyjazdach marketingowych i spotkaniach biznesowych. Dzięki wysokim parametrom użytkowym oraz terenowemu charakterowi pojazdu, Toyota Hilux umożliwia sprawne dotarcie do wszystkich obiektów uzdrowiskowych, punktów sprzedaży oraz miejsc organizacji wydarzeń plenerowych, w tym także w trudniejszym terenie górskim. Wykorzystywanie samochodu w celach reprezentacyjnych i promocyjnych przyczynia się do zwiększenia rozpoznawalności marki, wzmacnia profesjonalny wizerunek Spółki podczas wydarzeń zewnętrznych oraz pozwala na skuteczną prezentację oferty w różnych lokalizacjach, w tym poza siedzibą Spółki.

4. Peugeot Expert – samochód wielofunkcyjny Spółki

Samochód marki Peugeot Expert jest wykorzystywany przez pracowników Sekcji Zaopatrzenia i Zamówień Publicznych do realizacji zadań związanych z zaopatrzeniem Spółki w materiały, narzędzia oraz inne artykuły niezbędne do prawidłowego funkcjonowania wszystkich komórek organizacyjnych. Pojazd ma charakter samochodu ciężarowego z wydzieloną częścią ładunkową, co umożliwia bezpieczny i efektywny transport towarów. Oprócz funkcji transportowej, samochód pełni również rolę pojazdu osobowego – wyposażony jest w 5 miejsc siedzących, co pozwala na przewóz pracowników Spółki, a w uzasadnionych przypadkach także pacjentów, w celu wykonania badań diagnostycznych, konsultacji lekarskich lub zabiegów specjalistycznych.

Samochód został zakupiony w ramach uzupełnienia i modernizacji floty pojazdów Spółki, w celu zapewnienia sprawnej logistyki i obsługi techniczno-organizacyjnej Spółki. Ze względu na wydzieloną przestrzeń ładunkową, wykorzystywany jest również do transportu bielizny brudnej z poszczególnych budynków Spółki do punktu zbiorczego pralni, co znacząco usprawnia procesy sanitarno-logistyczne w codziennej działalności „Uzdrowisko Rymanów” S.A.

5. Ford Transit – samochód Zakładu Ochrony Źródeł

Samochód jest wykorzystywany przez pracowników Zakładu Ochrony Źródeł do przewożenia materiałów, narzędzi oraz innych artykułów niezbędnych do realizacji zadań wykonywanych w tej komórce organizacyjnej. Jest to samochód ciężarowy z wydzieloną częścią ładunkową, umożliwiającą bezpieczny transport sprzętu i materiałów wykorzystywanych w bieżącej działalności.

Ford Transit jest jedynym pojazdem eksploatowanym przez pracowników Zakładu Ochrony Źródeł. Został zakupiony w miejsce wyeksploatowanego samochodu Fiat Panda, który został przekazany do stacji demontażu pojazdów.

Zakup wskazanych poniżej pojazdów był konieczny dla utrzymania ciągłości funkcjonowania Spółki oraz zapewnienia sprawnej realizacji zadań służbowych, wynikających z bieżącej działalności operacyjnej, technicznej, gospodarczej i promocyjnej. Wymiana lub nabycie nowych samochodów wynikało z rzeczywistych potrzeb poszczególnych komórek organizacyjnych, w tym z konieczności zastąpienia pojazdów uszkodzonych lub wyeksploatowanych, a także z potrzeby zapewnienia niezawodnych środków transportu dla pracowników wykonujących obowiązki służbowe w terenie.

V. Leczenie uzależnień i nowe profile działalności

1. W sprawozdaniu wskazano, że od 1 lipca 2025 r. planowano otwarcie stacjonarnego oddziału leczenia uzależnień dla dorosłych.

- **Czy oddział ten został faktycznie uruchomiony?**

Oddział Terapii Uzależnienia od Alkoholu nie został uruchomiony. W obiekcie funkcjonuje Poradnia Leczenia Uzależnień i Poradnia Leczenia Uzależnień Dla Dzieci i Młodzieży.

W ramach tej poradni świadczone są usługi w zakresie terapii uzależnienia od alkoholu i innych substancji psychoaktywnych oraz uzależnień związanych z zaburzeniami nawyków i popędów – zakupoholizm, netoholizm, hazard, dodatkowo udzielane są świadczenia dla rodzin leczonych pacjentów – wsparcie zarówno psychiatryczne, psychoterapeutyczne jak i psychologiczne.

- **Jeśli nie - dlaczego Zarząd w chwili zatwierdzania sprawozdania (26.06.2025) deklarował coś, co nie miało pokrycia w faktach?**

Zarząd Spółki prowadził rozmowy z Dyrekcją Wojewódzkiego Szpitala Podkarpackiego im. Jana Pawła II w Krośnie, dotyczące współpracy pomiędzy jednostkami (poprzez wygaszenie kontraktu Oddziału Terapii Uzależnienia od Alkoholu szpitala na rzecz „Uzdrowisko Rymanów” S.A. oraz wsparcie kadrowe ze strony „Uzdrowisko Rymanów” S.A. dla Poradni Odwykowej Szpitala w Krośnie). Niestety, prace nad obustronnym porozumieniem nie zakończyły się sukcesem, ze względu na decyzję Dyrekcji o rozpoczęciu współpracy ze szpitalem w Sanoku.

- **Jak wygląda kwestia finansowania tego przedsięwzięcia- z jakich środków i w jakim trybie ma być prowadzone?**

Zarząd „Uzdrowisko Rymanów” S.A. podjął decyzję o przystąpieniu do konkursu ofert w ramach Narodowego Funduszu Zdrowia, planowanego na pierwszą połowę 2025 roku. Konkurs ten nie został jednak przeprowadzony z przyczyn leżących po stronie NFZ – obowiązujące kontrakty zostały przedłużone w drodze aneksów. Spółka posiada kontrakt z NFZ w zakresie Poradni leczenia Uzależnień na okres od 01.01.2025 roku do 31.12.2025 roku, aneksowany przez NFZ, na kwotę 175 607,46 zł oraz Poradni Leczenia Uzależnień Dla Dzieci i Młodzieży kontrakt od 01.01.2025 roku do 31.12.2029 roku, aktualny aneks od 01.01.2025 r do 31.12.2025 r na kwotę 125 385,00 zł.

2. Czy planowane jest rozszerzenie działalności psychiatrycznej i uzależnień dla dzieci i młodzieży – i w jakiej perspektywie czasowej?

Aktualnie Zarząd „Uzdrowisko Rymanów” S.A., wychodząc naprzeciw rosnącemu zapotrzebowaniu społecznemu na leczenie uzależnień, a aktualnie w związku z brakiem kontraktowania z NFZ na dzień 31.10.2025 roku, jest na końcowym etapie uruchamiania komercyjnego Stacjonarnego Ośrodka Leczenia Uzależnień. Planowane jest również otwarcie Poradni Zdrowia Psychicznego, ale obecnie, z uwagi na brak możliwości kontraktowania z NFZ, działanie to zostało odroczone w czasie.

VI. Marketing, PR i sponsoring

1. Jakie środki finansowe (kwotowo i procentowo) Spółka przeznaczyła w latach 2024-2025 na:

- reklamę i reprezentację,
- sponsoring sportowy i medialny,
- promocję kosmetyków „Celestin”,

- działania wizerunkowe i PR?

Nakłady na marketing, PR i sponsoring

Nakłady na marketing, PR i sponsoring	2024	% udział w kosztach operacyjnych	za 9 miesięcy 2025	% udział w kosztach operacyjnych
kluby sportowe	121 823,13	0,17%	143 994,53	0,27%
woda dla klubów sportowych	25 233,59	0,03%	20 185,70	0,04%
nakłady medialne	43 967,00	0,06%	41 166,20	0,08%
promocja i reklama kosmetyków	11 420,00	0,02%	13 098,66	0,02%
działania wizerunkowe PR i promocja wody	182 930,17	0,25%	117 027,14	0,22%
Razem	385 373,89	0,53%	335 472,23	0,63%

2. Prosimy o ujawnienie wysokości kosztów sponsoringu i promocji poniesionych przez Spółkę w latach 2024- 2025, w tym:

- kontraktu z Moniką Serwińską (Miss Polski) jako twarzą kosmetyków „Celestin”,
- współpracy z klubami: ITA Tools Stal Mielec, GLKS Karpaty Klimkówka, Cellfast Wilki Krosno,
- innych inicjatyw o charakterze promocyjnym lub sportowym.

Monika Serwińska jako twarz kosmetyków „Celestin”

W odpowiedzi na prośbę o ujawnienie kosztów oraz wysokości kontraktu dotyczącego wykorzystania wizerunku Finalistki Miss Polski 2024, Pani Moniki Serwińskiej, jako twarzy kosmetyków „Celestin”, Spółka informuje, że w ramach zawartej umowy:

1. Pani Monika Serwińska otrzymała jednorazowe wynagrodzenie w wysokości 5 000,00 zł (słownie: pięć tysięcy złotych) za wykorzystanie wizerunku.
2. Dodatkowe wynagrodzenie za udział w każdej sesji fotograficznej lub filmowej zostało ustalone w wysokości 120,00 zł za każdą godzinę pracy na planie (słownie: sto dwadzieścia złotych).
3. Łączna kwota kontraktu (umowa zlecenie + wynagrodzenie za godziny pracy na planie) wyniosła 6 920,00 zł brutto.

Wynegocjowanie tak korzystnych warunków umowy jest efektem profesjonalnych negocjacji, a także współpracy z Klubem Cellfast Wilki Krosno. Dzięki wspólnemu zaangażowaniu udało się uzyskać atrakcyjne ustalenia finansowe, które pozwoliły w pełni wykorzystać potencjał marketingowy współpracy przy jednoczesnym zachowaniu optymalnych kosztów realizacji.

Scenariusz, reżyseria oraz zdjęcia do filmu promocyjnego zostały wykonane własnymi siłami w ramach pracy Działu Rozwoju i Cyfryzacji Spółki, co całkowicie wyeliminowało konieczność angażowania podmiotów zewnętrznych i dodatkowych kosztów produkcji.

Efekty kampanii reklamowej (kosmetyki „Celestin”):

- Rok 2023 – 372 103,53 zł, tj. średnio-miesięcznie 31,0 tys. zł.
- Rok 2024 – 409 520,04 zł, tj. średnio-miesięcznie 34,1 tys. zł (wzrost przychodów ze sprzedaży o 10,0% r/r 2023/2024).
- Rok 2025 (dane za 9 miesięcy) – 328 814,48 zł, tj. średnio-miesięcznie 36,5 tys. zł (wzrost przychodów ze sprzedaży o 7,7% r/r 2024/2025 oraz 17,17% względem stanu sprzed kampanii, tj. roku 2023).

Podsumowanie kampanii reklamowej z Finalistką Miss Polski 2024 – Moniką Serwińską:

1. Kampania miała na celu wzmocnienie postrzegania marki „Celestin” jako produktu premium w segmencie kosmetyków naturalnych. Już samo zainteresowanie i kierowane zapytania przez sygnowanych Radnych jednoznacznie potwierdzają, że cel kampanii został osiągnięty, a marka „Celestin” zyskała wyraźne wyróżnienie w swojej kategorii rynkowej. Koszty pozyskania Finalistki Miss Polski są niewspółmiernie niskie w porównaniu z rynkowymi stawkami podobnych projektów reklamowych.
2. Koszt realizacji kampanii dla Spółki wyniósł 0,00 zł – całość została wykonana własnymi zasobami kadrowymi i technicznymi.
3. Od momentu rozpoczęcia kampanii (filmy promocyjne, publikacje w mediach społecznościowych – Facebook, YouTube, Instagram, bannery, plakaty) odnotowano mierzalny wzrost wolumenu sprzedaży kosmetyków „Celestin”, co potwierdza skuteczność prowadzonych działań marketingowych.

ITA TOOLS Stal Mielec

Współpraca z klubem ITA TOOLS Stal Mielec występującym w ekstraklasie siatkówki kobiecej TAURON LIGA w której mecze transmitowane są na platformach Polsat Box Go i Polsat Sport 1 odbywa się wyłącznie w ramach umowy barterowej. Przedmiot sponsoringu i wysokość świadczenia:

Usługodawca zobowiązuje się do regularnego przekazywania na rzecz Klubu wód będących w ofercie firmy, w okresie obowiązywania umowy, w wysokości 700 zł netto miesięcznie w 2024 r i 1200 zł netto miesięcznie w 2025 r. Świadczenie to stanowi pełne wynagrodzenie Klubu za korzystanie z przekazanych produktów w ramach działań sponsoringowych zgodnie z postanowieniami umowy.

W ramach umowy barterowej klub zobowiązuje się do reklamy Spółki w trakcie imprez organizowanych przez Klub odbywających się w Mielcu, w hali sportowej MOSiR w Mielcu a także na socialmediach klubu. Do klubu na poczet umowy na rok 2025 został przekazany projekt reklamy backlight który w bieżącym sezonie wyświetlany ma być na bandach LED podczas meczów w Mielcu.

Współpraca z Klubem ITA TOOLS Stal Mielec stanowi efektywny element strategii wizerunkowej Spółki, realizowany przy zachowaniu pełnej racjonalności kosztowej. Umowa

ma charakter czysto barterowy, dzięki czemu Spółka uzyskuje realną ekspozycję promocyjną w przestrzeni medialnej i sportowej przy minimalnym zaangażowaniu środków finansowych.

Reklama marki w trakcie imprez sportowych o zasięgu regionalnym i ogólnopolskim, w tym na bandach LED telewizji Polsat Sport 1 oraz platformie streamingowej Polsat Box Go a także w hali MOSiR w Mielcu i w mediach społecznościowych klubu, pozwala na utrwalenie pozytywnego i nowoczesnego wizerunku Spółki wśród szerokiego grona odbiorców. Z punktu widzenia efektywności wydatkowania środków publicznych współpraca ta jest w pełni zasadna, gdyż zapewnia wysoki ekwiwalent promocyjny przy relatywnie niskich kosztach, jednocześnie wpisując się w politykę społecznej odpowiedzialności i promocji regionalnych marek uzdrowiskowych.

GLKS Karpaty Klimkówka

Współpraca ze stowarzyszeniem sportowym GLKS Karpaty Klimkówka stanowi integralny element realizacji społecznej misji Spółki, ukierunkowanej na wsparcie dzieci z gminy Rymanów oraz rozwój lokalnych inicjatyw sportowych i społecznych. Działania te mają na celu wzmacnianie więzi ze społecznością lokalną oraz promowanie aktywnego, prozdrowotnego stylu życia wśród najmłodszych mieszkańców regionu. Wpisują się w ramy strategii społecznej odpowiedzialności biznesu Corporate Social Responsibility (CSR), zakładającej, że przedsiębiorstwa w sposób świadomy i dobrowolny włączają do swojej działalności kwestie społeczne, ekologiczne oraz etyczne. Spółka nie ogranicza się jedynie do realizacji celów ekonomicznych i spełniania wymogów prawnych, lecz aktywnie angażuje się w działania na rzecz społeczeństwa i środowiska. W ramach CSR podejmowane są m.in. inicjatywy wspierające rozwój lokalnych społeczności, projekty prozdrowotne, a także działania promujące Spółkę jako uzdrowiska przyjaznego dzieciom – promocja sportu dziecięcego, organizacja Dnia Dziecka w Podkarpackiej Stolicy Dzieci Rymanowie-Zdroju, itp.

W ramach tej współpracy:

- w 2024 r. Spółka przekazała klubowi wodę o łącznej wartości 609,51 zł,
- w 2025 r. przekazano wodę o wartości 1 891,31 zł oraz zakupiono stroje sportowe (meczowe) dla dzieci z logotypami Spółki o wartości 3 200,00 zł.

Podejmowane inicjatywy potwierdzają konsekwentne zaangażowanie Spółki w rozwój społeczności lokalnej i stanowią istotny element budowania jej pozytywnego wizerunku jako odpowiedzialnego partnera społecznego.

Cellfast Wilki Krosno

Klub Wilki Krosno stanowi nośnik medialny o zasięgu krajowym, wspierający działania promocyjne i wizerunkowe Spółki. Na podstawie raportu Instytutu Pentagon Research za rok 2024, średnia oglądalność meczów klubu w ramach transmisji na żywo w stacji Canal+ Sport 5 została oszacowana na około 60 tysięcy widzów. Dodatkowo, mecze rozgrywane na stadionie w Krośnie przyciągają średnio około 6 tysięcy kibiców na każde spotkanie, co potwierdza znaczący potencjał promocyjny tej formy współpracy.

W ramach strategii sponsorskiej Spółka wykorzystuje tę ekspozycję medialną do kształtowania pozytywnego, nowoczesnego i wiarygodnego wizerunku marki, budując tym samym

rozpoznawalność nie tylko w regionie, ale również w skali ogólnopolskiej. Współpraca z Klubem Wilki Krosno pozwala na dotarcie do szerokiego grona odbiorców, łącząc elementy promocji gospodarczej z wartościami społecznymi – takimi jak sport, fair play, współpraca i rozwój lokalnych wspólnot.

Celem realizowanej strategii sponsorskiej jest utrwalenie społecznej wiarygodności Spółki, wzmocnienie jej pozytywnego wizerunku w opinii publicznej oraz aktywne uczestnictwo w życiu lokalnym, poprzez wspieranie inicjatyw sportowych, kulturalnych i edukacyjnych. Działania te są spójne z długofalową polityką społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) i stanowią trwały element komunikacji wartości Spółki z otoczeniem.

Wsparcie roczne Spółki dla klubu na podstawie umowy sponsorskiej wynosi:

1. 2024 r. 25 000,00 zł netto.
2. 2025 r. 25 000,00 zł netto.

Dodatkowo Spółka w ramach umowy barterowej przekazuje na rzecz Klubu produkty zdrojowe (wody: Rymanów-Zdrój i Podkarpacka) w wysokości 600 sztuk miesięcznie wody Rymanów Zdrój niegazowanej lub gazowanej w butelkach szklanych jednorazowych 0,33 l w cenie netto 1,22 zł. lub innej wody na równowartość kwoty. Produkty te eksponowane są podczas wszystkich konferencji, eventów i innych medialnych wydarzeń w klubie.

Na podstawie informacji przekazanej przez klub opierającej się na Raporcie z efektywności marek sponsorów i partnerów realizowanej przez Instytut Pentagon Research wartość ekspozycji wyliczonej na podstawie zaangażowania odbiorców wyliczonego jako suma wszystkich reakcji, komentarzy i kosztu zakupu kampanii reklamowej w mediach społecznościowych kierowanej do niezawężonej tematycznie populacji wyniosła dla Spółki „Uzdrowisko Rymanów” w 2024 r. wartość 76 000,00 zł.

Zgodnie z raportem z efektywności marek sponsorów i partnerów opracowanych przez Instytut Pentagon Research wartość ekspozycji (wyliczonej na podstawie zaangażowania odbiorców - jako suma wszystkich reakcji, komentarzy i kosztu zakupu kampanii reklamowej w mediach społecznościowych) kierowanej do niezawężonej tematycznie populacji wyniosła dla Spółki „Uzdrowisko Rymanów” w 2024 r. wartość 76 000,00 zł.

Na ekspozycję złożyły się bannery reklamowe na bandzie toru żużlowego w Krośnie, logotypy na wielkoformatowym banerze na terenie stadionu w Krośnie, logotypy na ściankach medialnych oraz logotypy i prezentacja produktów zdrojowych. Z uwagi na fakt, że sezon żużlowy zgodnie z regulaminem Polskiego Związku Motorowego dobiegł końca w dniu 31.10.2025 r. klub nie posiada jeszcze raportu wartości medialnych za 2025 r.

Biorąc pod uwagę zasięg medialny, wartość ekspozycji promocyjnej oraz pozytywny wpływ na wizerunek Spółki, współpraca z Klubem Wilki Krosno stanowi uzasadnioną i efektywną inwestycję w komunikację marki oraz budowanie kapitału zaufania społecznego.

Wydatki ponoszone w ramach umowy sponsorskiej są proporcjonalne do uzyskanych korzyści promocyjnych, a ich wartość pozostaje znacząco niższa od kosztów, jakie należałoby ponieść przy realizacji kampanii reklamowej o porównywalnym zasięgu w mediach komercyjnych.

Dzięki tej współpracy Spółka osiąga realny ekwiwalent medialny, wzmacnia swoją rozpoznawalność krajową i regionalną, a także aktywnie uczestniczy w promocji sportu i życia

społecznego regionu, co jest w pełni zgodne z jej strategią odpowiedzialnego i zrównoważonego rozwoju.

Spółka planuje przeprowadzenie wielomilionowych inwestycji w Zakładzie Produkcji Wód, funkcjonującym na silnie konkurencyjnym rynku. Strategia marketingowa oraz podejmowane w jej ramach działania mają na celu wzmocnienie rozpoznawalności marki i rozwój tego segmentu działalności. W efekcie ma to prowadzić do znaczącego wzrostu przychodów, co z kolei umożliwi realizację zaplanowanych inwestycji i skróci czas ich zwrotu.

3. Z jakich środków finansowych pokryto te działania (środki własne, środki właściciela, fundusze promocyjne)?

Koszty działań pokryto ze środków własnych Spółki.

4. Jakie wymierne efekty dla Uzdrowiska przyniosły te kampanie?

- Czy przeprowadzono jakąkolwiek analizę skuteczności wydatków PR i sponsoringowych?

Analiza skuteczności działań marketingowych:

Wzrost przychodów ze sprzedaży produktów komercyjnych dla produktów: wody i napoje

- 2023 r. – 8 932 594,63 zł tj. średnio-miesięcznie 744 382,88 zł
- 2024 r. – 10 527 003,64 zł tj. średnio-miesięcznie 877 250,30 zł (wzrost przychodów ze sprzedaży o 17,84% r/r 2023/2024)
- 2025 r. (9 miesięcy) – 8 504 192,35 zł tj. średnio-miesięcznie 944 910,26 zł (wzrost przychodów ze sprzedaży o 7,7% r/r 2024/2025)

Wnioski z analizy skuteczności działań marketingowych:

- Kampanie promocyjne przyniosły realny wzrost sprzedaży produktów Spółki, zarówno kosmetyków „Celestin”, jak i wód mineralnych.
- Działania były ekonomicznie efektywne, dzięki wykorzystaniu własnych zasobów kadrowych i barterowych form współpracy.
- Marketing Spółki w sposób spójny buduje pozytywny, nowoczesny wizerunek marki oraz wzmacnia jej rozpoznawalność krajową i lokalną.
- Realizowane kampanie wpisują się w strategię społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) poprzez wspieranie lokalnych inicjatyw sportowych, edukacyjnych i kulturalnych.

Podsumowując, podejmowane przez Spółkę działania marketingowe były skuteczne, efektywne kosztowo i przyniosły wymierne korzyści sprzedażowe oraz wizerunkowe, co w pełni uzasadnia ponoszone nakłady i przyjęte formy promocji.

Poziom Marketing Expense Ratio (MER) wyniósł:

- za rok 2024 – 0,49%
- za 9 miesięcy 2025 – 0,52%

Wyniki te wskazują na niski poziom nakładów marketingowych w stosunku do wartości przychodów, przy jednoczesnej wysokiej skuteczności prowadzonych działań, co świadczy o optymalnym wykorzystaniu środków marketingowych przez Spółkę.

VII. Działania naprawcze i kierunki rozwoju

1. Jakie konkretne działania naprawcze planuje Zarząd w związku z:

- malejącą liczbą pacjentów dziecięcych,

Działania naprawcze podejmowane były od początku, kiedy problem się pojawił, czyli już od niemal ćwierćwiecza. Były one realizowane indywidualnie przez podmioty oraz na poziomie Centrali NFZ i Ministerstwa Zdrowia. Na przestrzeni lat odbyło się szereg konferencji, spotkań z parlamentarzystami. Pracownicy Spółki prowadzili akcje informacyjne wśród lekarzy rodzinnych, w oddziałach pediatrycznych, domach dziecka, ośrodkach pomocy społecznej, w szkołach. Na początku był pewien efekt tych działań, jednak trwał on krótko. Obecnie wiadomo już, że dziecięce leczenie uzdrowiskowe nie odrodzi się już na skalę, jaka istniała do końca XX wieku. Natomiast wciąż jest potrzeba jego kontynuowania, jednak w zmienionej formie. Obecnie potrzebne są zmiany systemowe, które zostały wypracowane przez przedstawicieli uzdrowisk dziecięcych i przedstawione Centrali NFZ i Ministerstwa Zdrowia. Niestety, nie są one wdrażane. Opracowany projekt rekomendowanych zmian zawiera między innymi:

- ukierunkowanie uzdrowisk dziecięcych na rzeczywiste potrzeby zdrowotne najmłodszego pokolenia (weryfikacja dotychczasowych kierunków leczniczych i wskazań do leczenia),
- zmianę trybu kierowania dzieci na leczenie uzdrowiskowe (zarekomendowano bezpośrednie kierowanie do zakładu leczenia uzdrowiskowego, z pominięciem kwalifikacji przez NFZ),
- zniesienie turnusowości pobytów dzieci polegającą na tym, że pacjentowi narzuca się ściśle określony dzień rozpoczęcia i zakończenia kuracji uzdrowiskowej,
- uelastycznienie czasu trwania leczenia,
- dofinansowanie kosztów przejazdów na leczenie uzdrowiskowe dzieci;
- dofinansowanie kosztów pobytu opiekuna, szczególnie w ramach leczenia dzieci niepełnosprawnych,
- przyznanie rodzicowi/opiekunowi dodatkowego płatnego urlopu potrzebnego na przywiezienie i odwiezienie dziecka do i z uzdrowiska,
- wprowadzenie zapisów gwarantujących możliwość corocznej waloryzacji stawki za osobodzień leczenia uzdrowiskowego dzieci,
- wprowadzenie prawnych uregulowań, zobowiązujących nauczycieli ze szkół macierzystych, do uwzględniania ocen uzyskanych przez dziecko w trakcie leczenia uzdrowiskowego.
- zwiększenie godzin opieki wychowawczej w dniach wolnych od nauki w szkole.

- ograniczonymi kontraktami NFZ i ZUS,

Zarząd Spółki nie dostrzega istotnych ograniczeń w ramach współpracy z płatnikami publicznymi. Na potencjalne zmiany w zakresie skali współpracy w tym zakresie Zarząd Spółki będzie reagował na bieżąco, poszukując możliwości kontraktowania innych świadczeń finansowanych ze środków publicznych.

- potencjalnym spadkiem przychodów po uruchomieniu Centrum Rehabilitacji w Sanoku?

Spółka analizuje ewentualne skutki finansowe, które nie są obecnie możliwe do dokładnego oszacowania.

Spółka podjęła działania, które uchronią ją przed utratą przychodów z tego segmentu. Działania te objęte są tajemnicą przedsiębiorstwa z uwagi na możliwość wykorzystania przez konkurencję.

2. Czy rozważana jest restrukturyzacja majątkowa lub organizacyjna Spółki, w tym komercjalizacja obiektów hotelowych, wydzielenie spółek celowych lub partnerstwa prywatne?

Zarząd Spółki nie rozważa żadnych działań w zakresie restrukturyzacji majątkowej lub organizacyjnej. Należy nadmienić, że wyniki finansowe „Uzdrowisko Rymanów” S.A. w ostatnich latach kształtują się następująco:

Rok 2022 – zysk 1 780 076,01 zł netto

Rok 2023 – zysk 3 171 113,96 zł netto

Rok 2024 – zysk 3 377 225,82 zł netto

3. Jakie są prognozy przychodów, rentowności i zatrudnienia w latach 2025 - 2026?

Prognoza przychodów na koniec 2025 r. – 81 205 000,00 zł

Prognozowany wskaźnik rentowności sprzedaży za 2025 r. – 5,30 %

Prognozowane przychody oraz koszty prowadzonej działalności i będące ich konsekwencją wskaźniki rentowności na rok 2026 będą wynikiem przygotowywanego aktualnie planu rzeczowo-finansowego Spółki.

Prognoza zatrudnienia w roku 2025: Planowane średnioroczne zatrudnienie w 2025 r. określa projekt planu rzeczowo-finansowego „Uzdrowisko Rymanów” S.A. uchwalony Uchwałą Rady Nadzorczej „Uzdrowisko Rymanów” S.A. Do końca 2025 roku przewiduje się utrzymanie względnej stabilizacji zatrudnienia przy jednoczesnym występowaniu umiarkowanych zmian kadrowych wynikających głównie z czynników leżących po stronie pracowników. Prognozuje się, że poziom zatrudnienia utrzyma się na zbliżonym poziomie do obecnego, tj. 290,3 etatów z możliwością niewielkiego wzrostu liczby etatów w działach operacyjnych i technicznych.

Prognoza zatrudnienia w roku 2026: Prognozuje się utrzymanie stabilnego poziomu zatrudnienia w Spółce. Zakłada się, że liczba etatów pozostanie na zbliżonym poziomie względem roku 2025, co oznacza brak istotnych zmian w strukturze zatrudnienia. W związku z planowanymi odejściami pracowników na emeryturę, przewiduje się stopniową konieczność uzupełniania wakatów w ramach naturalnej wymiany kadr.

4. Proszę podać kompletną strukturę zatrudnienia w tym osób współpracujących ze Spółką na podstawie umów cywilnoprawnych, w tym ogółem wartość tych kosztów tj.:

- umów zlecenia,
- umów o dzieło,
- kontraktów menedżerskich lub kontraktów B2B.

Struktura zatrudnienia - umowy o pracę				
Lp	Nazwa komórki/ stanowisko	średnie zatrudnienie za 9 miesięcy 2025 r.	średnie wynagrodzenie za 9 miesięcy 2025 r.	zatrudnienie w etatach na dzień 27.10.2025 r.
1	Pracownicy zatrudnieni na stanowiskach medycznych w tym:	172,07	8 180,61 zł	176,00
1.1	Lekarze	6,49	20 419,27 zł	6,50
1.2	Pielęgniarki	52,54	9 868,05 zł	55,50
1.3	Mgr fizjoterpii	44,93	7 571,08 zł	46,50
1.4	Tech. fizjoterapii	8,56	7 407,74 zł	9,00
1.5	Masażyści	16,42	6 568,15 zł	15,00
1.6	Pracownik pomocniczy	5,00	4 827,54 zł	5,00
1.7	Sekretarki medyczne	7,89	5 971,17 zł	8,00
1.8	Recepcjonistki	20,68	5 334,51 zł	20,00
1.9	Biuro Obsługi Kuracjusza	4,18	5 358,20 zł	5,00
1.10	Poradnia leczenia uzależnień	5,39	7 663,48 zł	5,50
2	Administracja	28,66	8 464,00 zł	29,90
3	Pion techniczny w tym:	48,59	5 866,27 zł	47,20
3.1	Kierownicy techniczni	3,51	6 602,76 zł	3,40
3.2	Zakład Ochrony Źródeł	5,71	6 728,86 zł	5,80
3.3	Transport	4,67	5 379,64 zł	5,00
3.4	Sekcja: robotnik gospodarczy i konserwacja	22,57	5 267,82 zł	22,00
3.5	Palacze	10,35	6 840,89 zł	10,00
3.6	Pracownik ds. koordynacji pralni	1,78	4 844,25 zł	1,00
4	Zakład Produkcji Wód w tym:	37,60	5 340,26 zł	37,20
4.1	Administracja ZPW i laboratorium	5,00	8 983,96 zł	4,20
4.2	Kasjerzy	2,00	4 900,56 zł	2,00
4.3	Magazynierzy	2,49	5 561,10 zł	3,00
4.4	Kierowcy	1,00	4 962,45 zł	1,00
4.5	Przedstawiciele handlowi	3,00	3 649,48 zł	3,00
4.6	Produkcja	24,11	5 297,58 zł	24,00
	Ogółem	286,92	7 444,76 zł	290,30

Rymanów-Zdrój, dnia 03.11.2025 r.

Wykaz liczby etatów wskazano na dzień 27.10.2025 r., tj. na dzień złożenia interpelacji. Średnie wynagrodzenie podano za okres 9 m-cy roku 2025, tj: za okres od 01.01.2025 r.-30.09.2025 r. z uwagi na pełne rozliczenie ww. miesięcy.

Wykaz umów cywilnoprawnych na dzień 27.10.2025 r.

	Grupy zawodowe	kontrakt menażerski	umowa o dzieło	umowy kontrakt / B2B	umowy zlecenia	suma umów cywilnoprawnych
1	zarząd	2				2
2	obsługa prawna			2		2
3	lekarze			50	9	59
4	pielęgniarki			14	23	37
5	mgr fizjoterpii			1		1
6	masażysty				6	6
7	psycholog, psycholog kliniczny			2	3	5
8	strażak			1		1
9	geolog górniczy			1		1
10	informatyk				1	1
11	technik farmacji				1	1
12	kierownik działu farmacji				1	1
13	inspektor ochrony radiologicznej, technik elektroradiologii				3	3
14	inspektor ochrony danych osobowych				1	1
15	animator				1	1
16	obsługa sklep				1	1
17	palacz wysokociśnieniowy				1	1
18	kierowca				1	1
19	pełnomocnik zarządu ds. kultury				1	1
20	przedstawiciel handlowy				1	1
21	inspektor jakości kontroli wód				1	1
22	recepcjonista/obsługa pijalni (pracownicy sezonowi)				1	1
23	superwizor			1		1
24	pracownik ds. obsługi pralni				0	0
25	pracownik produkcji zdrojowej (pracownicy sezonowi)				1	1
26	wychowawca (pracownicy sezonowi)				0	0
27	pracownik biurowy				0	0
	RAZEM	2	0	72	57	131

		Wykaz umów cywilnoprawnych na dzień 30.09.2025 r.						Suma kosztów w miesiącu wrześniu 2025 r.			
Grupy zawodowe		kontrakt menażerski	umowa o dzieło	umowy kontrakt / B2B	umowy zlecenia	suma umów cywilnoprawnych	kontrakt menażerski	umowa o dzieło	umowy kontrakt / B2B	umowy zlecenia	suma umów cywilnoprawnych
1	zarząd	2				2	42 541,81				42 541,81
2	obsługa prawna			2		2			13 899,00		13 899,00
3	lekarze			49	9	58			291 662,70	26 136,00	317 798,70
4	pielęgniarki			15	25	40			44 992,00	89 280,51	134 272,51
5	mgr fizjoterpii			1		1			2 142,00		2 142,00
6	masażysty				6	6				25 444,72	25 444,72
7	psycholog, psycholog kliniczny			2	3	5			10 038,94	16 917,30	26 956,24
8	strażak			1		1			2 300,00		2 300,00
9	geolog górniczy			1		1			3 500,00		3 500,00
10	informatyk				1	1			800,00		800,00
11	technik farmacji				1	1				2 450,00	2 450,00
12	kierownik działu farmacji				1	1			3 400,00		3 400,00
13	inspektor ochrony radiologicznej, technik elektrotechniki				3	3				240,00	240,00
14	inspektor ochrony danych osobowych				1	1			1 000,00		1 000,00
15	animator				1	1				646,15	646,15
16	obsługa sklep				1	1				200,00	200,00
17	palacz wysokociśnieniowy				2	2				12 956,39	12 956,39
18	kierowca				2	2				10 244,67	10 244,67
19	pełnomocnik zarządu ds. kultury				1	1			1 201,00		1 201,00
20	przedstawiciel handlowy				1	1				4 758,50	4 758,50
21	inspektor jakości kontroli wód				1	1				5 088,42	5 088,42
22	recepcjonista/obsługa pijalni (pracownicy sezonowi)				3	3				16 256,47	16 256,47
23	superwizor			1		1			1 200,00		1 200,00
24	pracownik ds. obsługi pralni				1	1				5 124,00	5 124,00
25	pracownik produkcji zdrowej (pracownicy sezonowi)				18	18				51 031,12	51 031,12
26	wychowawca (pracownicy sezonowi)				2	2				8 282,70	8 282,70
27	pracownik biurowy				1	1				2 989,00	2 989,00
RAZEM		2	0	72	84	158	42 541,81	0,00	370 534,64	283 646,95	696 723,40

Rymanów-Zdrój, dnia 03.11.2025 r.

Wykaz umów cywilnoprawnych na dzień 27.10.2025 r., tj., na dzień złożenia interpelacji. Koszty realizacji umów wskazano na dzień 30.09.2025 r., jako ostatniego, pełnego rozliczonego miesiąca.

